

LES FESTIVALS ET LE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

Lien entre l'attractivité des festivals et la fréquentation
touristique



École Polytechnique de l'université de Tours
Département Aménagement (ex-CESA)
64 avenue Jean Portalis
37 200 TOURS
tél. : 02.47.36.70.58
site internet : www.polytech.univ-tours.fr

Agnès PRESSENSÉ
Mémoire de recherche
Magistère 3

LES FESTIVALS ET LE DÉVELOPPEMENT TOURISTIQUE

Lien entre l'attractivité des festivals et la fréquentation
touristique

Page de couverture : photo du festival des Vieilles Charrues, Carhaix-Plouguer

Année universitaire 2004-2005

Septembre 2005

Remerciements

Pour réaliser ce mémoire de recherche, il a fallu contacter de nombreuses personnes afin de récolter toutes les données nécessaires. J'ai rencontré ou simplement contacté des organisateurs de festival, des offices de tourisme, ainsi que des observatoires régionaux et départementaux du tourisme. Je ne peux tous les citer, mais je tiens à remercier tout particulièrement :

- Christophe Demazière, directeur de recherche de ce mémoire,
- Fabien, de l'association « Aux Arts etc » à Malestroit,
- Marthe Le Ny-Brunel, de l'office de tourisme de Malestroit, pour avoir pris le temps de me fournir des données en pleine saison touristique,
- Bénédicte Pernes Leman et Brigitte Vadier Metra du Comité Départemental du Tourisme du Morbihan, pour m'avoir transmis les chiffres de fréquentation de l'office du tourisme de Lorient,
- Le bureau du festival du Nombriil du Monde à Pougne-Hérisson,
- Marina Piet de l'office de tourisme de Parthenay, qui m'a envoyé les bilans de saison touristique,
- Le bureau du festival de Kann Al Loar à Landerneau,
- Harmonie Smolen de l'office de tourisme du Pays de Landerneau-Daoulas,
- Chantal Kerriou, du Comité Départemental du Tourisme du Finistère, qui a recherché des renseignements sur Landerneau et Crozon,

Sommaire

Introduction.....	4
1. Présentation du tourisme et des festivals en France	5
1.1. Evolution du tourisme français.....	5
1.1.1. Étymologie et définition du terme.....	5
1.1.2. Les origines du tourisme	5
1.1.3. L'essor du tourisme de masse	5
1.1.4. Le développement du tourisme culturel	6
1.1.4.1. Naissance d'un nouveau modèle touristique	6
1.1.4.2. Définition des termes tourisme culturel et festival	7
1.2. Organisation et mise en place d'un festival.....	7
1.2.1. Les choix préliminaires.....	7
1.2.1.1. Le type artistique du festival	7
1.2.1.2. Durée et période de déroulement du festival	8
1.2.1.3. Le public visé	8
1.2.1.4. Le lieu	9
1.2.2. Autres éléments nécessaires à la réussite du projet.....	9
1.2.2.1. Le modèle ascendant	9
1.2.2.2. La publicité	10
1.2.3. Les risques encourus	11
1.2.3.1. L'échec du festival.....	11
1.2.3.2. La surfréquentation	11
1.3. Etat des lieux des festivals en France	11
1.3.1. Répartition géographique des festivals	12
1.3.2. Répartition des festivals par discipline.....	13
1.3.3. Répartition des festivals selon la saison	15
1.4. Les impacts attendus du tourisme culturel et des festivals	16
1.4.1. Un sujet d'étude récent.....	16
1.4.2. L'impact économique	16
1.4.2.1. Les retombées directes	16
1.4.2.2. Les retombées indirectes	16
1.4.2.3. L'emploi	16
1.4.2.4. Schéma global des retombées économiques.....	17
1.4.3. La création d'une image positive.....	18
1.4.4. Conclusion.....	18
2. Elaboration de la méthode d'étude	20
2.1. Choix des indicateurs étudiés	20
2.1.1. Indicateurs concernant l'attractivité des festivals	20
2.1.2. Indicateurs concernant le tourisme	20

2.2. Choix des cas d'études	21
2.2.1. Caractéristiques liées aux festivals	21
2.2.1.1. Le type de festival	21
2.2.1.2. La commune où il se déroule.....	21
2.2.2. Caractéristiques liées au tourisme	22
2.2.3. Cas d'étude sélectionnés	22
3. Etude de cas.....	23
3.1. Malestroit.....	23
3.1.1. Présentation	23
3.1.1.1. Le pays Malestroyen.....	23
3.1.1.2. Le festival « Au pont du rock ».....	23
3.1.2. Les données sur la fréquentation	24
3.1.2.1. Le contexte touristique régional	24
3.1.2.2. La fréquentation du festival « Au pont du Rock »	25
3.1.2.3. La fréquentation de l'office de tourisme du pays de Malestroit	26
3.1.3. Etude des données.....	27
3.1.3.1. Comparaison de l'évolution des données.....	27
3.1.3.2. Conclusion	29
3.2. Lorient.....	30
3.2.1. Présentation	30
3.2.1.1. Le pays touristique de Lorient.....	30
3.2.1.2. Le festival Interceltique.....	31
3.2.2. Les données sur la fréquentation	32
3.2.2.1. Le contexte touristique régional	32
3.2.2.2. La fréquentation du festival Interceltique.....	33
3.2.2.3. La fréquentation de l'office de tourisme du pays de Lorient	33
3.2.3. Etude des données.....	34
3.2.3.1. Comparaison de l'évolution des données.....	34
3.2.3.2. Conclusion	37
3.3. Parthenay	38
3.3.1. Présentation	38
3.3.1.1. La communauté de commune de Parthenay et le pays de la Gâtine	38
3.3.1.2. Les festivals du pays de Gâtine.....	39
3.3.2. Les données sur la fréquentation	41
3.3.2.1. Le contexte touristique régional	41
3.3.2.2. La fréquentation des festivals	42
3.3.2.3. La fréquentation de l'office de tourisme du pays de Parthenay	43
3.3.3. Etude des données.....	44
3.3.3.1. Comparaison de l'évolution des données.....	44
3.3.3.2. Conclusion	45

3.4. Landerneau – Daoulas	46
3.4.1. Présentation	46
3.4.1.1. <i>Le pays touristique de Landerneau – Daoulas</i>	46
3.4.1.2. <i>Le festival « Kann Al Loar ».....</i>	47
3.4.2. Les données sur la fréquentation	48
3.4.2.1. <i>Le contexte touristique régional</i>	48
3.4.2.2. <i>La fréquentation du festival « Kann Al Loar »</i>	49
3.4.2.3. <i>La fréquentation de l’office de tourisme du pays de Landerneau – Daoulas</i>	49
3.4.3. Etude des données.....	50
3.4.3.1. <i>Comparaison de l’évolution des données</i>	50
3.4.3.2. <i>Conclusion</i>	50
 4. Conclusion	 51
 5. Problèmes rencontrés et amélioration de la méthode d’étude	 52
 6. Annexes	 53
Annexe 1 : <i>données utiles à l’évaluation d’un festival.....</i>	53
Annexe 2 : <i>Malestroit.....</i>	55
Annexe 3 : <i>la légende de Pougne-Hérisson</i>	56
 Bibliographie et coordonnées utiles.....	 59

Introduction

Depuis quelques années, on assiste au développement de festivals de tout type, partout en France. Ils font partie intégrante des politiques culturelles des communes. Le but, les retombées escomptées sont diverses. Outre, les retombées économiques directes, les communes espèrent bien souvent que les festivals vont également avoir des retombées indirectes importantes. Tout d'abord le festival participe au marketing urbain en donnant une image positive et dynamique de la ville qui l'accueille. Ceci pouvant, à plus long terme, améliorer l'attractivité générale de la commune. Mais l'autre but principal, notamment pour les plus petites communes, est d'augmenter la fréquentation touristique en proposant une alternative au tourisme de masse. Le festival fait en effet partie du tourisme culturel en plein essor, et agirait comme un levier du développement touristique, en attirant un public nouveau qui ne serait pas forcément venu autrement. Le festival apparaît comme un atout supplémentaire pour les communes n'ayant pas une vocation, un attrait touristique notable.

On peut se demander si les festivals ont réellement un impact sur le développement touristique des communes.

Plus précisément, on pourra essayer de vérifier l'existence d'un lien entre la fréquentation touristique et l'attractivité des festivals. On entend par attractivité, la capacité d'un festival à attirer des spectateurs. Ceci dans le but d'aider les communes à évaluer les retombées touristiques escomptées lors de la création d'un nouveau festival, et de vérifier l'opportunité du projet. Cela implique donc de vérifier si ce lien est réel et, si oui, de quel type il est. Il serait aussi intéressant d'essayer de définir un indice de l'attractivité du festival autre que le nombre de spectateurs, permettant d'évaluer son impact avant sa création.

Ainsi on commencera par étudier les caractéristiques du tourisme culturel et définir les termes du problème, essentiellement par une approche bibliographique. Dans une deuxième partie, on définira exactement le problème en élaborant une méthode de recherche. Enfin, l'application de cette méthode à quelques cas pratiques permettra de vérifier s'il existe effectivement un lien entre l'attractivité d'un festival et la fréquentation touristique.

1. Présentation du tourisme et des festivals en France

1.1. Evolution du tourisme français

1.1.1. Étymologie et définition du terme

Le tourisme, bien qu'ayant connu son essor au XX^{ème} siècle, existe déjà depuis très longtemps. Il était alors culturel comme en atteste l'étymologie du mot. Ainsi, le terme « touriste » désignait, à partir du XVIII^{ème} siècle, les jeunes anglais que l'on envoyait en Europe continentale pour « faire un tour » et ainsi découvrir le monde et parfaire leur éducation. Le tourisme était donc culturel et à vocation éducative.

Le tourisme est ainsi défini dans le Petit Larousse de 2003 : c'est l'action de voyager, de visiter un site pour son plaisir, ensembles des activités, des techniques mises en œuvres pour les séjours d'agrément.

1.1.2. Les origines du tourisme

On peut noter l'existence d'un autre type de tourisme plus ancien encore : le tourisme religieux. En effet, les pèlerinages ont longtemps été la principale motivation poussant les gens à entreprendre un voyage. Déjà, une organisation que l'on peut qualifier de touristique existait : chemin de pèlerinage avec auberges, signes distinctifs pour les pèlerins comme la coquille Saint-Jacques pour Saint-Jacques-de-Compostelle... Le tourisme culturel est donc le premier type de tourisme ayant existé.

1.1.3. L'essor du tourisme de masse

Le tourisme ne s'est réellement développé qu'avec la création des congés payés. Pour la première fois, toute la population pouvait prendre des vacances et il a fallu aménager des lieux capables d'accueillir tous ces touristes : le tourisme de masse est né. Ce tourisme est essentiellement récréatif. Durant les trente glorieuses, des sites spécifiques ont donc été aménagés ou créés pour satisfaire cette demande, c'étaient surtout stations balnéaires. Mais par la suite, les montagnes ont aussi profité de ce tourisme de masse. Le développement des stations de sports d'hiver a permis, d'un part d'offrir un autre type de vacances plus sportives, et d'autre part de développer des régions rurales isolées.

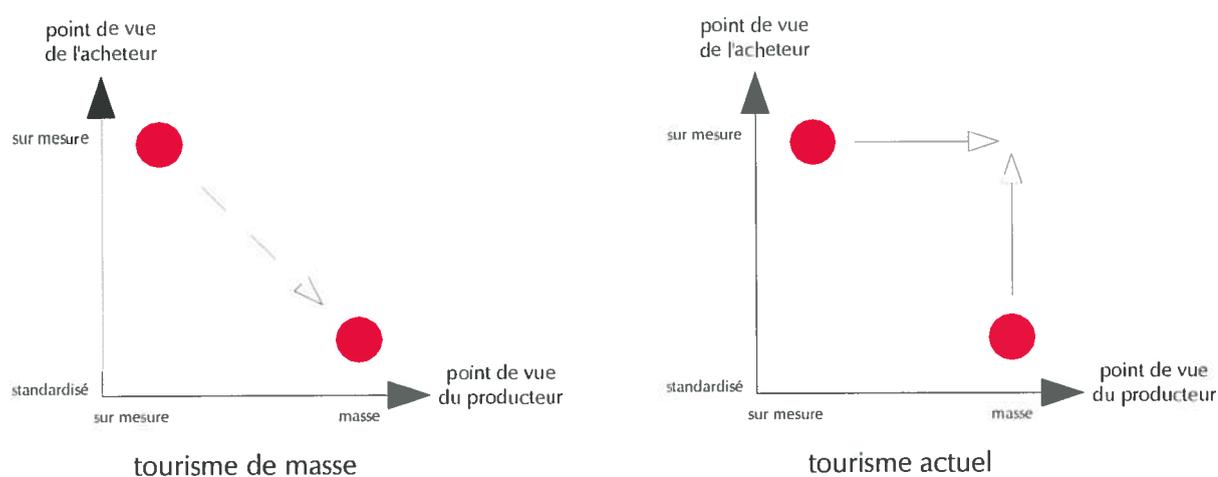
1.1.4. Le développement du tourisme culturel

1.1.4.1. Naissance d'un nouveau modèle touristique

Ce tourisme de détente, de masse, ne répond plus entièrement à la demande actuelle¹. Si l'on reprend le modèle industriel, il semble que ce tourisme que l'on peut qualifier de fordien arrive en fin de cycle. Ceci est confirmé par le fait que le tourisme de masse est aujourd'hui de plus en plus délocalisé dans les pays en voie de développement. Le tourisme a évolué avec la société actuelle : les touristes recherchent aujourd'hui de la diversité et de la qualité. On peut penser que cette recherche de tourisme actif et instructif est liée à l'allongement du temps dédié aux loisirs : loisirs et culture sont souvent mêlés pendant les vacances. Enfin on peut noter que la recherche de séjours individualisés correspond à la montée de la quête identitaire et d'authenticité dans un contexte de mondialisation. Face à une société de plus en plus homogène, les individus cherchent à se démarquer et retrouver leurs racines.

On notera cependant que le tourisme de masse n'a pas disparu. Peu cher, il reste attractif pour les populations moins aisées en France, mais il concerne une plus large partie des français quand il s'agit des séjours à l'étranger.

On peut schématiser ainsi cette évolution du tourisme de masse au tourisme dit « post-fordiste »² :



On est passé du système des 4S (sea, sand, sun, sex) au système des 4E (équipement, encadrement, événement, environnement). C'est-à-dire que les touristes sont plus exigeants, ils ne veulent plus simplement se reposer pendant les vacances, ils veulent des activités. Ceci rend donc le tourisme axé sur une découverte culturelle, plus attractif.

¹ Pascal Cuvelier et Emmanuel Torres, Patrimoine, modèles de tourisme et développement local, 1994, page 57

² Pascal Cuvelier et Emmanuel Torres, Patrimoine, modèles de tourisme et développement local, 1994, page 84

1.1.4.2. Définition des termes tourisme culturel et festival

On définira ainsi le tourisme culturel³ : « déplacement (d'au moins une nuitée) dont la motivation principale est d'élargir ses horizons, de rechercher des connaissances et des émotions au travers de la découverte d'un patrimoine et de son territoire. Par extension, on y inclut les autres formes bien connues de tourisme (sportif, balnéaire...) où interviennent des séquences culturelles, sans en être la motivation principale, mais où le fait d'être en vacances en favorise une pratique occasionnelle. Le tourisme culturel est donc une pratique culturelle qui nécessite un déplacement ou que le déplacement va favoriser. » Cette définition du tourisme culturel correspond tout à fait au tourisme engendré par les festivals que ce mémoire tentera d'étudier. En effet, le Petit Larousse de 2003 définit le festival comme un étant « la tenue périodique de manifestations artistiques appartenant à un genre donné et se déroulant habituellement dans un endroit précis », c'est donc un événement culturel. Cette définition sera précisée dans la deuxième partie.

Le tourisme a donc évolué conjointement à la société : c'est aujourd'hui une activité économique majeure qui se tourne elle aussi vers le développement durable puisque l'on a vu apparaître récemment le terme de « tourisme durable ». En effet, le tourisme, notamment culturel, intéresse le monde rural en déclin puisqu'il semble permettre une articulation entre les logiques politiques, économiques et écologiques qui caractérisent l'aspect durable.

1.2. Organisation et mise en place d'un festival

1.2.1. Les choix préliminaires

1.2.1.1. Le type artistique du festival

Dans un premier temps, les organisateurs du festival, une association dans la plupart des cas, doivent déterminer le type de festival c'est-à-dire s'orienter vers un style de festival donné. On peut ainsi trouver des festivals pluridisciplinaires organisés autour d'un thème précis, mais le plus souvent ils ne comportent qu'un genre artistique (musique classique ou traditionnelle, cinéma...). Ainsi en France, d'après le Guide France en fêtes, les festivals concernent :

- la musique classique dans 32 % des cas
- le cinéma, 16 %
- le jazz, 10 %
- la danse, 7 %
- le théâtre, 6 %
- et les variétés, 6 %.

Ce choix est primordial, il doit tenir compte notamment des événements existants déjà à proximité. On peut alors soit opter pour quelque chose de totalement différent et ayant lieu à un tout autre moment ; ou bien il est possible d'essayer par exemple, d'organiser un festival complémentaire en accord avec les organisateurs de ceux déjà en place. C'est le cas pour les Folles Journées (musique classique) qui se déroulent à Nantes, mais dont face à leur succès, quelques concerts ont été délocalisés dans des petites villes de la région (Cholet, la Roche-sur-Yon...).

³ source : Claude Origet du Cluzeau, Le tourisme culturel

1.2.1.2. Durée et période de déroulement du festival

La plupart des festivals français se déroulent en été tout simplement parce qu'ils ont souvent lieu en plein air. Mais ainsi, cela permet aussi de profiter de la saison touristique. On peut distinguer les festivals qui se déroulent en pleine saison, renforçant la période touristique, et les festivals ayant lieu en début ou fin de saison, ce qui permet de prolonger la saison touristique. Les festivals qui ont lieu en hiver sont souvent des festivals se déroulant en salle comme ceux de cinéma.

Dans tous les cas, il faut savoir que la durée idéale d'un festival va d'un week-end minimum au début, à 10-15 jours ensuite⁴. Ceci permet de fixer les festivaliers sur place, et de leur permettre de découvrir la région s'ils le souhaitent.

1.2.1.3. Le public visé

Le choix du type de festival est aussi lié au type de public visé. En effet, il est évident par exemple qu'un festival de musique classique ou de théâtre attirera globalement des spectateurs plus âgés et d'un niveau d'éducation plus élevé qu'un festival de musique rock ou traditionnelle.

En dehors, des caractéristiques socioculturelles habituelles des spectateurs, Claude Origet du Cluzeau⁵ distingue trois types de touristes dans le domaine de la culture.

Il y a d'abord les visiteurs assidus, passionnés, spécialistes d'un thème et fortement motivés. Pour eux, c'est le festival en lui-même qui importe, ils sont prêts à venir de très loin si la programmation est particulièrement intéressante. Bien qu'ils ne représentent que 5 % de la population, ils constituent 30 à 35 % du public dans le tourisme culturel.

Viennent ensuite les spectateurs très motivés sur l'ensemble des thèmes culturels, pour eux la culture est importante et se mérite. Ce sont souvent des personnes ayant un niveau scolaire poussé. Ils constituent la plus grande part des visiteurs dans le tourisme culturel (45 à 50 %) mais ne représentent que 15 à 20 % de la population.

Enfin, il y a les spectateurs occasionnels, curieux et éclectiques qui sont majoritaires dans les zones touristiques mais constituent 20 % des visiteurs en général. Pour eux, la culture vient enrichir les vacances et donc « le tourisme constitue sans doute une voie royale, plutôt démocratique, d'accès à la culture » selon l'auteur, c'est-à-dire que le tourisme culturel est un moyen privilégié, facile d'accéder à la culture pour ce type de spectateurs.

Il faut noter que 50 à 60 % de la population française ne pratique jamais de tourisme culturel.

Luc Benito⁶ propose une classification spécifique des festivaliers :

- le public passionné et motivé, déjà mentionné par Claude Origet du Cluzeau, venu spécialement pour assister au festival, ce public extrarégional est souvent minoritaire par rapport aux suivants,
- le public venu assister à une animation festive locale, ce sont des touristes extrarégionaux dont le séjour n'est pas motivé par le festival,
- le public régional pour qui le festival est une sortie culturelle, ce ne sont pas des touristes car en général ils rentrent chez eux le soir, mais ce sont souvent les spectateurs « motivés » mentionnés par Claude Origet du Cluzeau du fait de la distance à parcourir,
- et le public local venu participer à l'animation de sa ville et partager l'atmosphère spécifique des festivals, mais il n'est pas spécialement amateur de spectacles.

⁴ source : Luc Benito, Les festivals en France, Marchés, enjeux et alchimie, page 55

⁵ source : Le tourisme culturel

⁶ source : Luc Benito, Les festivals en France, Marchés, enjeux et alchimie, page 40

Ainsi, on peut décider de faire un festival très pointu, à la programmation reconnue, mais il attirera peut-être moins de touristes potentiels dans un premier temps. Les festivals plus généralistes et accessibles au grand public semblent plus adaptés pour développer le tourisme, mais, ils sont aujourd'hui tellement nombreux que se pose le problème de la concurrence.

1.2.1.4. Le lieu

Enfin, les organisateurs doivent choisir un lieu adapté au festival. Ainsi, un patrimoine intéressant pouvant servir de cadre, peut orienter le choix du thème du festival. C'est le cas pour la musique classique, le théâtre ou la danse qui nécessitent des lieux d'une qualité importante. On pense par exemple à la Cour des Papes pour le festival d'Avignon, mais il y a de nombreux exemples moins connus comme la Grange de Meslay (Indre-et-Loire). Le festival est alors l'occasion de découvrir un patrimoine, et il y a un enrichissement mutuel entre le festival et son lieu d'accueil.

Par contre, de simples champs peuvent servir pour accueillir un festival de musique rock, traditionnelle ou de variété par exemple. Ceci se justifie d'une part car le public sera plutôt jeune (et donc peu exigeant et avec peu de moyens financiers), et d'autre part par l'atmosphère festive, libre, rappelant les festivals des années 70 qui est ainsi créée.

1.2.2. Autres éléments nécessaires à la réussite du projet

1.2.2.1. Le modèle ascendant

Un autre point très important est l'implication et le rôle de la population locale dans le festival. Ceci est souvent un élément de la réussite que ce soit par la motivation ou l'atmosphère que cela confère à l'évènement (cf. précédemment). Beaucoup des festivals les plus reconnus sont nés d'une initiative privée, associative ou individuelle. C'est par exemple le cas du festival des Vieilles Charrues (Carhaix) ou des Folles Journées (Nantes). On peut penser qu'une excellente connaissance du thème choisi par les initiateurs permet d'avoir une programmation de qualité et favorise donc la réussite du festival. D'autre part, il est évident que si la population est réticente au projet de festival, les chances de réussite sont fortement réduites puisque les festivaliers risquent de ne pas être bien accueillis.

Cependant, certains festivals, nés de la volonté des collectivités locales, rencontrent un franc succès. Luc Benito⁷ cite le cas du festival d'Avoriaz : ce sont les élus locaux qui, pour promouvoir cette nouvelle station de ski, ont fait appel à une agence de communication. Elle a proposé de faire un festival sur le cinéma fantastique, lié à l'architecture futuriste de la station. Ce festival, créé en 1973, était organisé en début de saison hivernale pour attirer les touristes en semaine creuse. Le choix de ce style cinématographique alors peu réputé a contribué à sa réussite. En 1994, son organisateur l'a remplacé par le festival du film français qui s'est arrêté dès 1996, suite à un échec, probablement lié à la nouvelle programmation moins originale. Le festival du film fantastique d'Avoriaz, a quant à lui été remplacé par le Fantastic'Art de Gérardmer dans les Vosges, qui existe toujours même s'il est moins important que son prédécesseur.

⁷ source : Les festivals en France, Marchés, enjeux et alchimie, pages 87

1.2.2.2. La publicité

Une fois le projet de festival établi, il ne faut surtout pas négliger la publicité, que ce soit par le biais de la presse (locale, spécialisée...), de la radio, des points de vente des billets ou des offices de tourisme. En effet, il apparaît aujourd'hui nécessaire d'élaborer un plan marketing si l'on veut organiser un grand festival en raison l'importante concurrence estivale notamment. On peut ainsi se reporter au plan suivant de Donald Getz⁸.

Planification et modèle de marketing pour un festival



Ce modèle, proche de celui appliqué aux produits touristiques, s'applique surtout aux plus grands festivals, soutenus ou créés par les collectivités locales. En effet, la plupart des festivals sont portés par des associations qui n'ont pas les moyens de faire des études de marché ou de la publicité, et dont les objectifs initiaux sont modestes. Le succès est donc progressif, souvent lié au bouche à oreille.

⁸ source : Donald Getz, Festivals, special events and tourism, page 140

1.2.3. Les risques encourus

1.2.3.1. L'échec du festival

Les principaux risques concernant festivals sont d'abord l'échec (économique en général). Mais il faut également tenir compte du nombre croissant de festivals, souvent médiocres, qui finit par nuire aux festivals de qualité en raison de la surexposition publicitaire.

1.2.3.2. La surfréquentation

Enfin il y a aussi les risques liés, au contraire, à la surfréquentation dans le cas d'une forte réussite d'un festival. Cela peut entraîner notamment une inflation (durant la période du festival, au moins), une dégradation des espaces publics... mais heureusement, ceci est rare et les avantages tirés d'un festival semblent de toute façon compenser ces risques.

1.3. Etat des lieux des festivals en France

Il est difficile de faire des inventaires exhaustifs des festivals français pour plusieurs raisons. Tout d'abord, il n'existe pas de structure, type fédération nationale, qui regroupe l'ensemble des organisateurs de festivals. De plus, chaque année de nouveaux festivals sont créés, alors que d'autres disparaissent. Enfin, il faut d'abord définir la notion de festival. Ainsi, malgré l'existence de guides des festivals, il est compliqué de comparer les différentes sources d'informations. A titre indicatif, le guide « festivals et expositions, France 2005 » recense près de 750 festivals pour l'année 2005.

Cette partie se basera donc sur un livre de Luc Benito, Les festivals en France. Les inventaires qui y sont présentés sont réalisés à partir des guides du ministère de la Culture : « festivals et expositions » et « saison culturelle ». L'auteur a, par ailleurs, choisi d'exclure les festivals dont le thème n'est pas culturel ou artistique (comme le festival international du jeu, à Parthenay), les foires et salons, et ceux qui s'étendent sur plus d'un mois et demi.

1.3.1. Répartition géographique des festivals

Répartition régionale des festivals

région	juin 1996 à mai 1997		juin 2000 à mai 2001	
	nombre	part	nombre	part
Alsace	9	1,5 %	13	1,9 %
Aquitaine	43	7,0 %	46	6,6 %
Auvergne	18	3,0 %	19	2,7 %
Bourgogne	36	5,9 %	32	4,6 %
Bretagne	34	5,6 %	35	5,1 %
Centre	35	5,7 %	35	5,1 %
Champagne-Ardenne	15	2,5 %	10	1,4 %
Corse	4	0,7 %	17	2,5 %
Franche-Comté	10	1,6 %	12	1,7 %
Ile-de-France	75	12,3 %	78	11,3 %
Languedoc-Roussillon	32	5,2 %	37	5,3 %
Limousin	17	2,8 %	20	2,9 %
Lorraine	16	2,6 %	10	1,4 %
Midi-Pyrénées	39	6,4 %	58	8,4 %
Nord – Pas-de-Calais	16	2,6 %	19	2,7 %
Basse-Normandie	10	1,6 %	17	2,5 %
Haute-Normandie	4	0,7 %	11	1,6 %
Pays de la Loire	24	3,9 %	26	3,8 %
Picardie	14	2,3 %	12	1,7 %
Poitou-Charentes	21	3,4 %	27	3,9 %
PACA	81	13,3 %	91	13,2 %
Monaco	2	0,3 %	2	0,3 %
Rhône-Alpes	55	9,0 %	65	9,4 %
Total	610	100 %	692	100 %

La plupart des festivals se déroulent en Ile-de-France ou dans les régions Provence-Alpes-Côte-d'azur et Midi-Pyrénées. La concentration de ces événements en région parisienne s'inscrit dans le contexte d'offre culturelle et artistique très développée de la capitale. Pour les régions du sud de la France, il y a d'une part, la vocation touristique de des zones, et d'autre part, les bonnes conditions météorologiques qui favorisent le déroulement de festivals.

Parmi les régions où la hausse du nombre de festival est la plus importante, on peut citer le Midi-Pyrénées, le Rhône-Alpes (régions touristiques) et la Normandie, la Corse (peu de festivals en 1996, et régions touristiques).

1.3.2. Répartition des festivals par discipline

Le tableau page suivante montre que la moitié des festivals sont musicaux, mais ceci est lié à la diversité des genres possibles, et au fait que cela s'adresse souvent au grand public. Par contre, leur part a baissé entre juin 1996 et mai 2001 sauf pour la variété. Le développement des festivals folkloriques est lié à la volonté, en plein essor, de valoriser la culture locale. La faible part des festivals de littérature est due au grand nombre de salons et foires sur ce thème, qui ne font pas partie des événements comptabilisés comme festivals.

Parmi les caractéristiques régionales, le théâtre est surtout représenté dans les régions PACA et Midi-Pyrénées, le cinéma en Ile-de-France. On peut aussi noter que les festivals folkloriques sont nombreux en Bretagne, c'est un mode de revendication de l'identité régionale. Enfin, il y a beaucoup de festivals pluridisciplinaires en région parisienne et Midi-Pyrénées.

Répartition par thème des festivals, de juin 2000 à mai 2001

	musique	jazz	variété	art lyrique	folklorique	théâtre	danse	littérature	cinéma	pluridisciplinaire	total
Alsace	5	2	1	0	0	3	0	0	1	1	13
Aquitaine	15	4	6	1	1	8	1	2	3	5	46
Auvergne	12	0	2	0	1	1	0	1	0	2	19
Bourgogne	10	2	3	1	5	3	2	0	0	6	32
Bretagne	10	2	4	0	8	4	1	3	2	1	35
Centre	13	3	3	3	4	1	0	1	4	3	35
Champagne-Ardenne	2	2	2	0	1	2	0	0	0	1	10
Corse	1	1	4	1	1	2	0	2	3	2	17
Franche-Comté	2	1	1	0	0	2	0	0	4	2	12
Ile-de-France	21	2	6	0	0	8	6	0	17	18	78
Languedoc-Roussillon	10	2	5	0	1	3	2	3	5	6	37
Limousin	9	1	2	0	2	0	0	1	0	5	20
Lorraine	3	0	0	0	0	2	0	2	2	1	10
Midi-Pyrénées	15	6	6	1	0	10	2	2	6	10	58
Nord – Pas-de-Calais	7	2	2	0	0	3	2	1	1	1	19
Basse-Normandie	6	1	4	1	0	0	0	0	4	1	17
Haute-Normandie	4	0	0	0	1	3	0	0	1	2	11
Pays de la Loire	6	0	7	3	0	5	1	1	2	1	26
Picardie	5	1	0	1	2	0	0	0	2	1	12
Poitou-Charentes	8	1	6	0	4	2	0	2	2	2	27
PACA	24	9	8	5	1	13	5	6	11	9	91
Monaco	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2
Rhône-Alpes	20	5	2	4	4	5	2	4	9	10	65
Total juin 2000 à mai 2001	209	47	74	21	36	80	24	31	79	91	692
	30,2 %	6,8 %	10,7 %	3,0 %	5,2 %	11,6 %	3,5 %	4,5 %	11,4 %	13,2 %	100 %
Total juin 1996 à mai 1997	238	37	25	12	24	73	24	31	67	79	610
	39,0 %	6,1 %	4,1 %	2,0 %	3,9 %	12,0 %	3,9 %	5,1 %	11,0 %	13,0 %	100,0 %

1.3.3. Répartition des festivals selon la saison

Répartition saisonnière des festivals, juin 2000 à mai 2001

	été		automne		hiver		printemps		total
	nbre	part	nbre	part	nbre	part	nbre	part	
Alsace	4	30,8 %	2	15,4 %	2	15,4 %	5	38,5 %	13
Aquitaine	33	71,7 %	2	4,3 %	3	6,5 %	8	17,4 %	46
Auvergne	16	84,2 %	1	5,3 %	0	0,0 %	2	10,5 %	19
Bourgogne	27	84,4 %	4	12,5 %	1	3,1 %	0	0,0 %	32
Bretagne	27	77,1 %	5	14,3 %	2	5,7 %	1	2,9 %	35
Centre	25	71,4 %	4	11,4 %	1	2,9 %	5	14,3 %	35
Champagne-Ardenne	4	40,0 %	5	50,0 %	0	0,0 %	1	10,0 %	10
Corse	9	52,9 %	5	29,4 %	2	11,8 %	1	5,9 %	17
Franche-Comté	7	58,3 %	2	16,7 %	2	16,7 %	1	8,3 %	12
Ile-de-France	17	21,8 %	28	35,9 %	13	16,7 %	20	25,6 %	78
Languedoc-Roussillon	25	67,6 %	3	8,1 %	1	2,7 %	8	21,6 %	37
Limousin	18	90,0 %	2	10,0 %	0	0,0 %	0	0,0 %	20
Lorraine	3	30,0 %	3	30,0 %	0	0,0 %	4	40,0 %	10
Midi-Pyrénées	43	74,1 %	4	6,9 %	3	5,2 %	8	13,8 %	58
Nord – Pas-de-Calais	4	21,1 %	9	47,4 %	4	21,1 %	2	10,5 %	19
Basse-Normandie	12	70,6 %	1	5,9 %	0	0,0 %	4	23,5 %	17
Haute-Normandie	5	45,5 %	1	9,1 %	2	18,2 %	3	27,3 %	11
Pays de la Loire	23	88,5 %	0	0,0 %	1	3,8 %	2	7,7 %	26
Picardie	8	66,7 %	1	8,3 %	0	0,0 %	3	25,0 %	12
Poitou-Charentes	23	85,2 %	0	0,0 %	2	7,4 %	2	7,4 %	27
PACA	79	86,8 %	6	6,6 %	2	2,2 %	4	4,4 %	91
Monaco	1	50,0 %	0	0,0 %	0	0,0 %	1	50,0 %	2
Rhône-Alpes	49	75,4 %	7	10,8 %	4	6,2 %	5	7,7 %	65
total 06/2000 à 05/2001	462	66,8 %	95	13,7 %	45	6,5 %	90	13,0 %	692
total 06/1996 à 07/1997	421	69,0 %	85	13,9 %	31	5,1 %	73	12,0 %	610

Plus de deux tiers des festivals français se déroulent en été. Cette prédominance de festivals estivaux est moindre pour les régions Ile-de-France, Alsace, Nord – Pas-de-Calais, Champagne-Ardenne, et Lorraine; par contre elle est extrême dans le Limousin et en PACA. Concernant la région parisienne, la répartition est assez équilibrée puisqu'il y a beaucoup de festivals proposés qui se déroulent en salle, et qu'ils sont destinés en grande partie à la population locale. En Alsace et en Lorraine, il y a beaucoup de festivals au printemps : environ 40 %. Dans le Nord – Pas-de-Calais et en Champagne-Ardenne, la majorité des festivals se déroule à l'automne.

1.4. Les impacts attendus du tourisme culturel et des festivals

1.4.1. Un sujet d'étude récent

Peu d'ouvrages et d'études traitent de l'apport des festivals ou même du tourisme culturel en France, probablement car c'est un thème récent. Pourtant, il semble acquis pour beaucoup qu'un festival permet, outre le soutien à la création artistique et l'animation locale, de développer le territoire, notamment par le biais du tourisme. La plupart des études existantes ne s'intéressent qu'à un exemple particulier dont la réussite est avérée, comme le festival d'Avignon par exemple. Un ouvrage, cependant, traite spécifiquement des festivals et du tourisme, c'est le livre de Donald Getz, Festivals, special events and tourism (1991). Il est basé sur des cas de pays anglo-saxons : festivals, jeux olympiques, expositions universelles... Son principal intérêt est qu'il présente des modèles qui peuvent être appliqués à la France avec quelques adaptations. Il constituera la base de cette partie.

1.4.2. L'impact économique

1.4.2.1. Les retombées directes

Tout d'abord, il faut savoir que l'impact d'un festival peut être très varié et parfois difficile à évaluer. En effet, on peut essayer d'évaluer simplement les retombées économiques directes d'un festival, comme on le fait généralement pour le tourisme. Mais un festival est un évènement coûteux à mettre en place (infrastructures, programmation, logistique...) et le plus souvent il n'apporte pas de bénéfices en lui-même. La plupart des festivals français sont d'ailleurs dépendants des différentes aides et subventions.

1.4.2.2. Les retombées indirectes

Cependant, il est évident que les festivaliers favorisent l'économie locale par leurs dépenses pour le logement, l'alimentation, les achats divers... Le temps du festival étant assez limité, les dépenses sont alors concentrées sur cette période. Le festival semble augmenter, catalyser les dépenses. L'annulation de plusieurs festivals au cours de l'été 2003, en raison de la grève des intermittents du spectacle, a montré l'importance des festivals bien établis pour l'économie locale. Enfin, il ne faut pas négliger toutes les recettes liées aux taxes, notamment celle de séjour, qui peuvent être très conséquentes dans les lieux les plus touristiques. Par exemple, dans le Finistère, le bilan de saison 2004, publié par le comité départemental du tourisme, indique que les communes ou groupements de communes ont perçu 1,214 million d'euros de taxe de séjour en 2003⁹.

1.4.2.3. L'emploi

On notera que malheureusement, les festivals ont assez peu d'impact sur l'emploi. En effet, beaucoup d'organisateur sont bénévoles, et même pour les plus grands festivals, les emplois créés sont le plus souvent des contrats à durée déterminée. Les contrats à durée indéterminée sont très peu nombreux, ils sont généralement regroupés dans l'association ou la structure organisatrice du festival.

⁹ contre seulement 0,965 M€ en 2001 et 1,085 M€ en 2002.

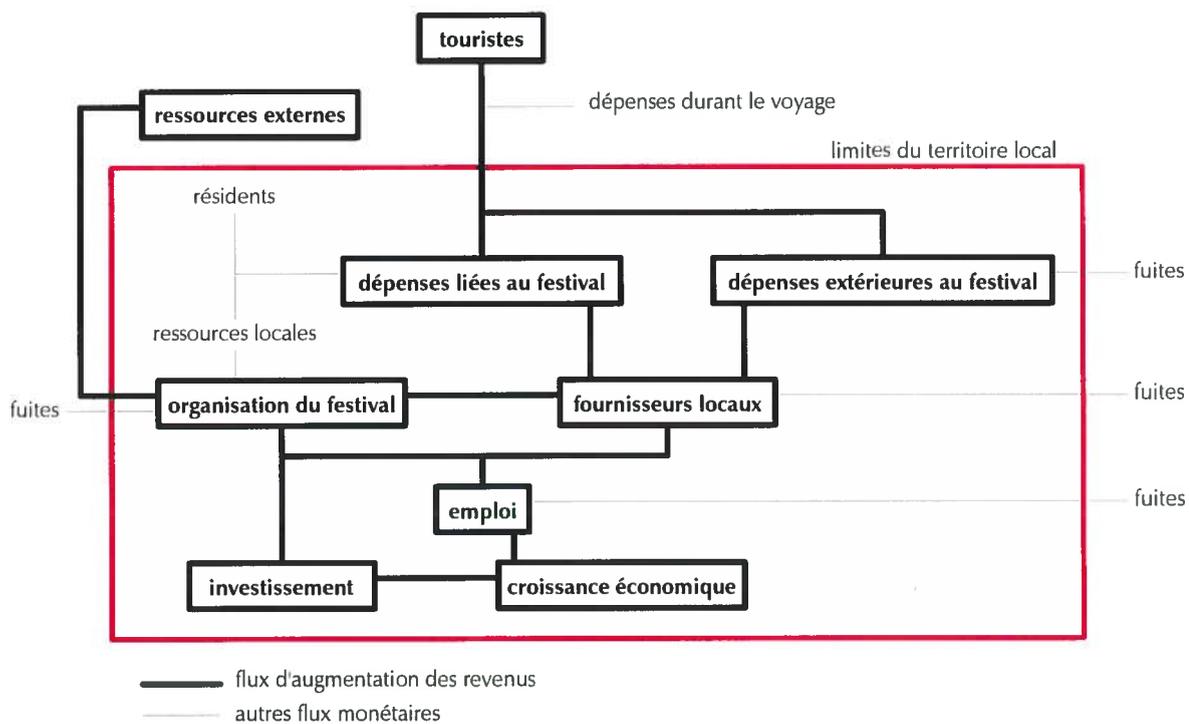
C'est ainsi le cas du festival des Vieilles Charrues à Carhaix (Finistère). Ce festival de musique variée (rock, traditionnel breton...) a été créé par des jeunes de cette petite ville qui ont réussi à mobiliser et impliquer toute la population dans l'organisation de l'évènement. Les agriculteurs, par exemple, distribuent tous les matins du lait frais aux festivaliers. Même avec l'ampleur actuelle du festival, le recours aux bénévoles est massif.

Le recours aux bénévoles est d'autant plus facile qu'un festival est un évènement court et qu'être bénévole permet d'y assister gratuitement. Dans le cas des Vieilles Charrues, il y a d'ailleurs plus de demandes que de places de bénévoles disponibles. Ce recours aux volontaires présente deux avantages : il permet de réduire le budget d'organisation, et assure d'avoir une implication maximum de l'encadrement et donc une ambiance souvent plus chaleureuse et amicale.

1.4.2.4. Schéma global des retombées économiques

Le schéma suivant, de Donald Getz (page 303), reprend les différents impacts économiques des festivals :

Multiplicateurs et festivals : flux d'augmentation des revenus



1.4.3. La création d'une image positive

L'apport principal des festivals est finalement l'image qu'il crée du lieu. En effet, les festivals donnent une image positive et dynamique par leur aspect festif. Et l'implication de la population locale, notamment avec le bénévolat cité ci-dessus, apporte une atmosphère conviviale et accueillante, particulièrement recherchée par la population urbaine.

Le festival joue aussi sur l'image de la population locale elle-même en lui apportant une certaine fierté, c'est un moyen de revendication et de valorisation de l'identité. L'apport social et culturel est donc le principal apport des festivals. Et c'est justement cela qui permet par la suite de développer plus durablement le tourisme et la région en général. Le festival permet d'attirer l'attention sur une région que l'on n'aurait peut-être pas choisie autrement.

1.4.4. Conclusion

Donald Getz résume ainsi les buts recherchés d'un festival :

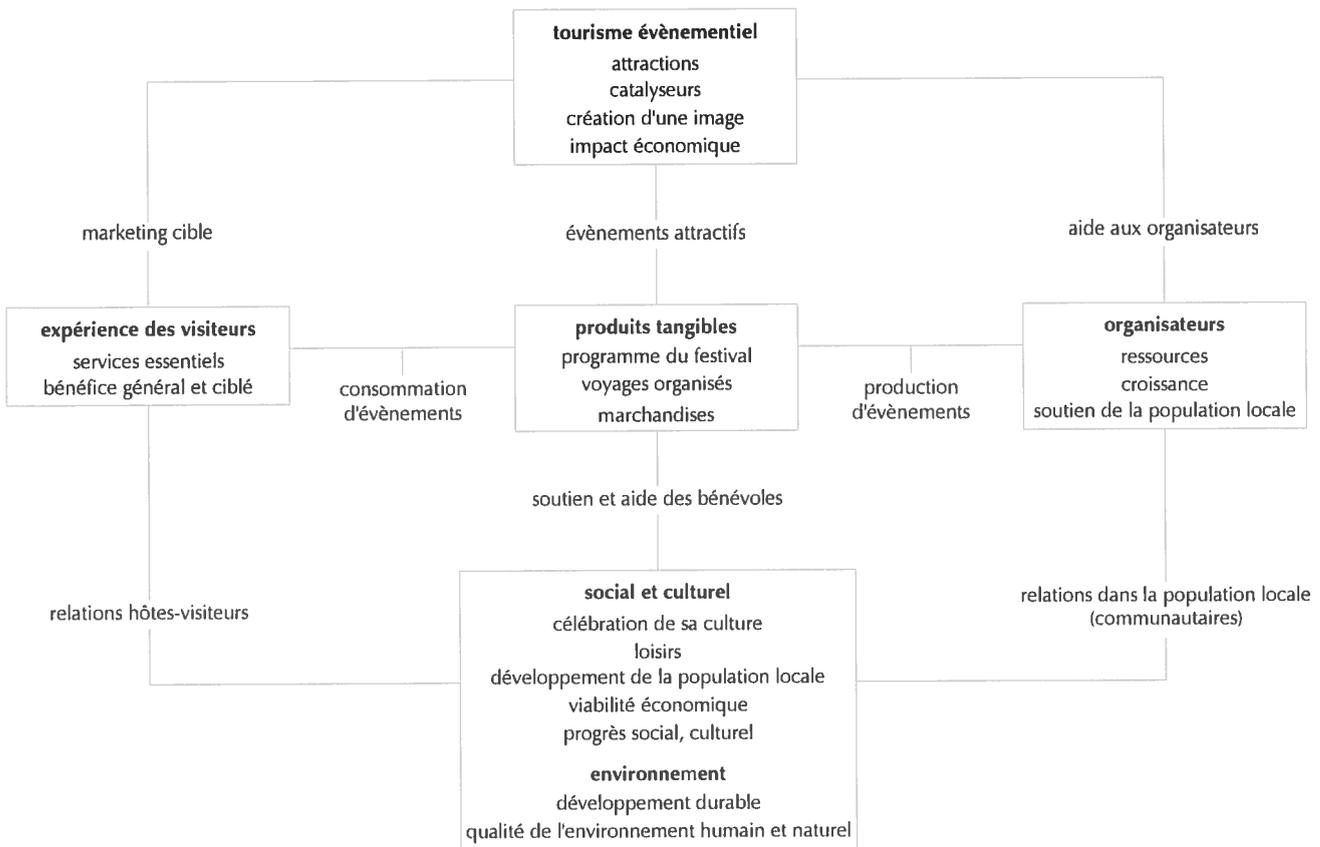
- créer une image favorable de la destination
- attirer des visiteurs étrangers
- générer des revenus étrangers
- générer des bénéfices dérivés d'autres secteurs économiques
- étendre la durée de la saison touristique et renforcer le pic de la saison
- diffuser les bénéfices du tourisme aux autres régions et localités
- stimuler les visites régulières
- encourager le développement des arts, des sports, de la culture, du patrimoine et des loisirs
- assurer le maximum de bénéfices pour la population d'accueil (population locale)
- et éviter tout impact négatif sur l'environnement, encourager la préservation.

La plupart de ces objectifs visent donc à développer le territoire grâce au tourisme, en s'appuyant sur les ressources locales (population, patrimoine...), ce sont ceux qui sont affichés par les collectivités locales en général. C'est en quelque sorte un tourisme durable et plus intelligent qui est recherché, nécessitant une forte volonté politique pour être réussi et impliqué dans la vie locale.

Par contre, lorsque c'est une association qui est à l'origine du festival, le principal but est souvent simplement de développer l'offre culturelle locale, et de soutenir la création artistique.

Les liens entre l'organisation d'un événement spécial (ou festival) et ces impacts sont schématisés ci-après, et serviront de base à la mise en place d'un projet de festival réussi.

Festivals : relation entre les acteurs et impacts



source : Donald Getz, Festivals, special events and tourism, page 41

Toute cette partie a permis d'énumérer les effets généralement admis d'un festival sur son territoire. Mais le principal ouvrage ayant véritablement étudié ce problème ne s'appuie que sur des exemples de festivals et événements spéciaux anglo-saxons. Il apparaît donc tout à fait intéressant et justifier de vouloir vérifier l'existence d'un lien entre l'attractivité d'un festival et le développement du tourisme sur un territoire donné.

2. Elaboration de la méthode d'étude

2.1. Choix des indicateurs étudiés

2.1.1. Indicateurs concernant l'attractivité des festivals

Dans un premier temps, je pensais mettre en place un indicateur permettant d'évaluer l'attractivité d'un festival avant son déroulement. Pour cela divers éléments peuvent être pris en compte (cf. aussi annexe 1) :

- le public visé (grand public ou spectateurs avisés) et donc le genre proposé (musique classique, théâtre...)
- la qualité de la programmation (artistes locaux ou reconnus internationalement)
- le coût pour les spectateurs (prix par heure de spectacle)
- la publicité qui est faite autour du festival
- la renommée du festival, le nombre de festivaliers lors de l'édition précédente...

Mais ceci nécessite de disposer d'informations précises sur les différentes éditions des festivals. De plus, de nombreux éléments sont assez subjectifs : évaluation de la qualité de la programmation par exemple (notamment si l'on ne connaît pas bien le genre proposé).

Il est donc préférable de choisir un indicateur beaucoup plus simple : le **nombre de festivaliers**. Il est évident qu'il traduit fidèlement l'attractivité du festival, mais il ne sera connu qu'à posteriori. De plus, dans beaucoup de cas, les festivals disposent d'une billetterie, l'évaluation du nombre de spectateurs sera alors fiable. Dans les cas où l'accès est gratuit, l'évaluation est plus sujette à caution. Cependant, dans le cadre de cette étude, c'est l'ordre de grandeur du festival et l'évolution du nombre de spectateurs qui nous intéresse. Cet indicateur sera alors suffisant.

2.1.2. Indicateurs concernant le tourisme

Concernant le tourisme, il y existe de nombreux indicateurs pouvant être pris en compte. Il y a les indicateurs économiques, assez difficiles à évaluer, et les indicateurs de la fréquentation touristique. Parmi ces derniers, les plus couramment utilisés sont :

- la fréquentation des offices de tourisme
- le taux de remplissage et le nombre de nuitées des hôtels, gîtes, campings...
- la fréquentation des principaux sites touristiques
- la fréquentation des fêtes, festivals et manifestations.

Dans cette étude, il est important que la zone couverte par l'indicateur ne soit pas trop étendue. L'échelle intercommunale semble être la plus appropriée. En effet, régions et départements constituent des territoires trop grands pour que l'impact d'un festival puisse se ressentir, trop d'éléments entrent en jeu. A l'inverse, il n'est pas nécessaire de travailler à l'échelle communale, car les touristes ne se cantonnent généralement pas à leur ville de vacances. Or, ce sont les observatoires régionaux ou départementaux qui réalisent ces études statistiques. Le seul indicateur disponible sur un territoire intercommunal est donc la **fréquentation des offices de tourisme communaux ou intercommunaux**.

Cette évaluation de la fréquentation des offices de tourisme est réalisée à partir des comptages, soit de la demande, soit du nombre de personnes entrant à l'office. Etant donnée que c'est surtout l'évolution de la fréquentation qui sera étudiée, et non sa valeur absolue, les deux données seront utilisées en fonction de la disponibilité.

Les données concernant les offices de tourisme seront comparées avec les données régionales. Ceci permettra d'étudier l'évolution de la fréquentation touristique par rapport à contexte plus global, limitant ainsi les autres impacts comme la météo.

2.2. Choix des cas d'études

2.2.1. Caractéristiques liées aux festivals

2.2.1.1. Le type de festival

Pour choisir les cas étudiés, il faut d'abord définir les limites du terme festival. La définition du Petit Larousse de 2003 est assez large : c'est la tenue périodique de manifestations artistiques appartenant à un genre donné et se déroulant habituellement dans un endroit précis. Luc Benito¹⁰ ajoute à cela :

- l'unité de temps, sa durée doit être assez limitée,
- l'unité de lieu, le festival doit se dérouler dans un ou plusieurs sites proches,
- l'unité d'action, il doit y avoir un seul et même thème.

Ces critères semblent justifiés et adaptés à cette étude, car pour que l'impact d'un festival puisse être évalué aisément, il ne doit pas être dispersé géographiquement. De plus, une trop longue durée, plus de 2 ou 3 semaines, rapprocherait le festival d'une simple programmation culturelle.

Luc Benito définit aussi des critères subjectifs en référence à l'état d'esprit caractérisant les festivals :

- le festival est une sorte de pèlerinage réunissant des passionnés dans une communion d'esprit,
- c'est la célébration d'un art induisant une programmation de choix.

Mais, ces deux derniers critères se rapportent plutôt à la qualité, au prestige du festival. Ils ne seront pas repris pour choisir les festivals étudiés. En effet, des festivals, susceptibles d'entraîner un développement touristique notable, doivent s'adresser au **grand public** et non pas à une élite. Enfin, il y a la question du thème culturel ou artistique. L'arbitrage est ici plus subjectif, Luc Benito excluant par exemple tous festivals de jeux.

2.2.1.2. La commune où il se déroule

Outre les caractéristiques du festival en lui-même, il faut déterminer des critères concernant le lieu, afin que l'impact sur le tourisme puisse être évalué. Il faut que le festival soit suffisamment important par rapport au nombre d'habitants, et les autres éléments pouvant influencer la fréquentation touristique doivent être limités. Ainsi, les plus grandes villes seront exclues car trop de paramètres jouent sur le tourisme. Le cas d'étude idéal est donc une **petite ville dont le festival est le principal événement culturel de l'année**.

¹⁰ source : Les festivals en France, Marchés, enjeux et alchimie, page 8

2.2.2. Caractéristiques liées au tourisme

L'office du tourisme, couvrant le territoire du festival, devra bien sûr disposer des indicateurs choisis, si possible avec des données hebdomadaires. De plus, afin que l'impact du festival soit mesurable, il ne devra pas couvrir une commune beaucoup plus touristique que celle où se déroule le festival étudié.

2.2.3. Cas d'étude sélectionnés

Le premier cas qui sera étudié est celui de Malestroit : c'est une petite ville morbihannaise dont le festival est le seul grand événement artistique. De plus, « Au pont du Rock » est un festival musical surtout axé sur le rock, comme son nom l'indique. Il vise donc un public jeune essentiellement. Enfin, l'office de tourisme possède une base de donnée journalière sur les demandes et le nombre de personnes y entrant.

Le second cas sera celui de Lorient et de son festival Interceltique. Ce cas semble idéal à étudier vu l'ampleur du nombre de festivaliers. De plus, l'office de tourisme dispose des mêmes bases de données qu'à Malestroit.

Ensuite, on étudiera le cas de Parthenay dans les Deux-Sèvres. Plusieurs festivals s'y déroulent, le principal étant le festival international du jeu. Ce cas a été choisi car il s'agit bien d'un festival et non pas d'un salon si l'on considère l'ambiance dans laquelle il se déroule. L'office de tourisme ne dispose malheureusement que de données mensuelles mais les festivals sont assez grands pour avoir un impact mesurable. Le festival du nombril (Pougné-Hérisson) sera aussi étudié, car malgré sa taille réduite, c'est une biennale, permettant donc de comparer les années avec et sans festival.

Puis viendra, Landerneau dans le Finistère, avec son festival Kann Al Loar. Landerneau est une commune déjà touristique mais ce festival sur la culture et la musique bretonne est suffisamment important pour jouer sur l'attractivité touristique de cette zone.

Enfin, nous terminerons avec le festival du Bout du Monde à Crozon, dans le Finistère également. Ce festival de musique du monde s'adresse à un public large, et est en plein essor. Comme pour Landerneau, Crozon présente un fort intérêt touristique mais il y a beaucoup de festivaliers. De plus, les données sur la fréquentation touristique sont communales.

3. Etude de cas

3.1. Malestroit

3.1.1. Présentation

3.1.1.1. Le pays Malestroyen



source : www.malestroit.com



source : www.morbihan.com

Malestroit est une petite ville de 2 472 habitants¹¹ du Morbihan, en Bretagne intérieure. Elle fait partie des 19 « petites cités de caractères de Bretagne ». Parmi ces atouts touristiques, il y a le centre-ville médiéval et la présence de l'Oust et du canal de Nantes à Brest (tourisme fluvial). L'office de tourisme du pays de Malestroit comprend 15 communes qui ont toutes un patrimoine bâti intéressant : Malestroit, Bohal, Caro, la Chapelle Caro, Lizio, le Roc St André, St Abraham, Sérent, Missiriac, St Guyomard, St Marcel, Ruffiac, St Laurent sur Oust, St Nicolas du Tertre, et St Congard. L'ensemble du pays regroupe 15 000 habitants environ dont 2 716 à Sérent. Le canton de Malestroit, territoire à peu près identique au Pays de Malestroit¹², a une capacité d'accueil touristique, d'après le comité départemental du tourisme (CDT), de 1 060 lits, et 3 995 lits au total si l'on inclut les résidences secondaires (données 2004).

3.1.1.2. Le festival « Au pont du rock »¹³

Le festival « Au pont du rock » est le seul du pays de Malestroit, mis à part les pardons du 15 août. Il est organisé par une association locale, « Aux arts etc. », le dernier samedi du mois de juillet. C'est l'un des plus anciens festivals de rock en Bretagne, puisque l'édition 2005 est la 15^{ème}. La programmation propose à la fois la découverte de nouveaux groupes, comme Louise Attaque en 1997, et des groupes de renommée nationale ou internationale, tels Ska-P ou Bénabar récemment.

¹¹ Recensement Insee 1999

¹² Le canton de Malestroit exclut la commune de St Congard, mais comprend celle de Monterrein en plus.

¹³ Source : dossier de presse du 15^{ème} festival Au pont du rock

Comme pour la plupart des festivals musicaux bretons, un camping gratuit est mis à disposition des festivaliers. Ceci confirme que le public visé est majoritairement jeune. Enfin, il est à noter que l'édition 2003 a été annulée le jour même en raison de la pluie.

Les partenaires du festival sont assez nombreux :

- Médias : radio (Le Mouv' et France Bleu Armorique, Océane.fm), et Ouest France
- Partenaires publics : région Bretagne, pays de Malestroit, Chambre du commerce et de l'Industrie du Morbihan, et Conseil général du Morbihan
- Partenaires privés : Crédit Mutuel de Bretagne, Groupama, OHervieux (société de BTP), Casino, et Kronenbourg.

L'évolution du festival et de ces organisateurs

Le festival « Au pont du Rock » a en effet été créé en 1989 au Roc S^t André par l'association « Les Enfants du Roc'k ». C'était alors l'apogée d'une vague de rock alternatif, et des groupes tels que Les Wampas, Les Garçons Bouchers, Les Satellites... étaient programmés. En 1995, après deux ans d'interruption, il est organisé à Malestroit grâce à la collaboration de la MAC (Malestroit Art et Culture) ce qui entraîne une ouverture au blues, au reggae et à la chanson française, tout en gardant son esprit alternatif origine.

En 1999, la MAC et les Enfants du Roc'k fusionnent pour former l'association Aux Arts etc. Elle se compose d'une cinquantaine de membres actifs, originaires, en grande partie, de la région Malestroyenne, et regroupent 450 bénévoles supplémentaires lors du festival. L'organisation du Pont du rock n'est pas le seul but car l'objectif de l'association est plus général : promouvoir les musiques dites actuelles ou amplifiées en milieu rural. L'engagement de l'association se traduit donc par l'organisation du Festival et de plusieurs concerts durant l'année, par l'aide aux groupes du pays de l'Oust, mais aussi par l'organisation de soirées cinéma et de concours photos.

3.1.2. Les données sur la fréquentation

3.1.2.1. Le contexte touristique régional

L'observatoire régional du tourisme de Bretagne publie chaque année des bilans de la saison touristique avec notamment les taux d'occupation des hôtels et des campings. Les deux tableaux suivants présentent, outre les taux d'occupation, la variation annuelle de ces taux. Il n'y a pas de données en 2004 pour les campings, puisque le mode d'évaluation a changé : à présent une distinction sera faite entre les emplacements vides et locatifs (bungalows).

Taux d'occupation des hôtels en Bretagne intérieure

		mai	juin	juillet	août	sept.	moy.
2000	taux (%)	52,8	60,2	59,9	68,9	58,7	60,1
2001	taux (%)	51,1	59,2	57,1	67,7	59,9	59,0
	variation	- 1,7	- 1,0	- 2,8	- 1,2	+ 1,2	- 1,1
2002	taux (%)	55,9	61,8	61,6	70,7	63,0	62,6
	variation	+ 4,8	+ 2,6	+ 4,5	+ 3,0	+ 3,1	+ 3,6
2003	taux (%)	52,0	64,0	55,5	67,3	63,0	60,3
	variation	- 3,9	+ 2,2	- 6,1	- 3,4	+ 0,0	- 2,3
2004	taux (%)	53,6	63,6	58,6	66,7	60,9	60,7
	variation	+ 1,6	- 0,4	+ 3,1	- 0,6	- 2,1	+ 0,4

source : <http://perso.wanadoo.fr/o.r.t.bretagne>

Taux d'occupation des campings en Bretagne intérieure

		mai	juin	juillet	août	sept.	moy.
2000	taux (%)	8,4	15,6	36,4	46,3	13,5	27,8
2001	taux (%)	9,3	15,8	33,5	42,6	11,0	26,4
	variation	+ 0,9	+ 0,2	- 2,9	- 3,7	- 2,5	- 1,4
2002	taux (%)	9,6	16,6	35,5	42,0	11,3	27,2
	variation	+ 0,3	+ 0,8	+ 2,0	- 0,6	+ 0,3	+ 0,8
2003	taux (%)	13,3	18,4	32,5	45,5	11,9	28,0
	variation	+ 3,7	+ 1,8	- 3,0	+ 3,5	+ 0,6	+ 0,8

source : <http://perso.wanadoo.fr/o.r.t.bretagne>

Globalement, en Bretagne intérieure, la saison 2002 était la meilleure. En 2003, en raison de la canicule, les touristes sont surtout allés sur la côte, il y a donc eu une forte baisse de l'occupation des hôtels et une hausse beaucoup moins importante pour les campings de Bretagne intérieure que pour ceux situés sur le littoral. Enfin en 2004, la situation était proche de celle de 2002, grâce à de bonnes conditions météorologiques.

3.1.2.2. La fréquentation du festival « Au pont du Rock »

L'association Au Arts etc., qui organise le festival, a fourni le nombre de festivaliers pour les années 2000 à 2004. C'est un chiffre arrondi mais fiable puisqu'il est basé sur le nombre de billets vendus. Les données sont disponibles pour les années précédentes mais comme il n'y en pas pour la fréquentation de l'office de tourisme, elles n'ont pas été reprises.

Nombre de spectateurs au festival « Au pont du Rock »

	date	nombre de festivaliers	variation	
			absolue	relative
2000	29 juillet	5 000	/	/
2001	28 juillet	4 300	- 700	- 14 %
2002	27 juillet	8 500	+ 4 200	+ 98 %
2003	26 juillet	*11 000	+ 2 500	+ 29 %
2004	31 juillet	13 000	+ 2 000	+ 18 %
variation 2000-2004			+ 8 000	+ 160 %

source : association Aux Arts etc.

* nombre de personnes attendues

Le fait le plus marquant est l'augmentation soudaine du nombre de festivaliers à partir de 2002. Plus précisément, après une légère baisse en 2001, la fréquentation du festival a presque doublé en 2002. Depuis, la hausse se poursuit même si l'édition 2003 a dû être annulée le jour même en raison de la pluie. Avec 13 000 spectateurs en 2004, le festival est un événement important pour le pays de Malestroit qui ne compte que 15 000 habitants environ et seulement 4 000 lits pour accueillir les touristes. Mais il n'y a pas de limitation liée à la capacité d'hébergement, puisqu'un camping gratuit temporaire est proposé aux festivaliers. L'accroissement de ce festival peut donc continuer.

3.1.2.3. La fréquentation de l'office de tourisme du pays de Malestroit

L'office de tourisme possède depuis 2001 une base de donnée tenue au jour le jour à la demande du CDT. Les données fournies concernent le nombre total de demandes effectuées à l'office du tourisme, ainsi que les demandes portant sur les fêtes, spectacles et expositions. Les données suivantes sont hebdomadaires, du dimanche au dimanche suivant inclus (sauf 2004 : du samedi au samedi), il y a donc un double compte. Mais étant donné que c'est l'évolution de la demande, et non pas sa valeur absolue qui nous intéresse, cela ne fausse pas significativement l'étude.

Les semaines ont été numérotées, par souci de simplicité, les dates exactes figurent en annexe. En rouge, ce sont les semaines où le festival s'est déroulé.

Demande globale pour juillet et août

semaine		1	2	3	4	5	6	7	8	9	total
2001	nbre	700	1067	1116	1101	1299	1499	1558	1241	821	10402
	variation										
2002	nbre	760	1019	1330	1750	1750	2290	2210	2214	1253	14576
	variation	9%	-4%	19%	59%	35%	53%	42%	78%	53%	40%
2003	nbre	779	897	1101	2334	2236	1539	1487	1894	816	13083
	variation	3%	-12%	-17%	33%	28%	-33%	-33%	-14%	-35%	-10%
2004	nbre	492	837	1181	1190	1789	2119	1990	1529	1025	12152
	variation	-37%	-7%	7%	-49%	-20%	38%	34%	-19%	26%	-7%

Demande concernant les fêtes, spectacles et expositions pour juillet et août

semaine		1	2	3	4	5	6	7	8	9	total
2001	nbre	95	187	129	242	176	160	285	149	26	1449
	*part	13,6%	17,5%	11,6%	22,0%	13,5%	10,7%	18,3%	12,0%	3,2%	13,9%
2002	nbre	91	188	194	450	342	276	270	385	144	2340
	variation	-4%	1%	50%	86%	94%	73%	-5%	158%	454%	61%
2003	nbre	92	156	203	1190	1074	169	178	166	53	3281
	variation	1%	-17%	5%	164%	214%	-39%	-34%	-57%	-63%	40%
2004	nbre	62	132	254	192	616	481	209	143	73	2162
	variation	-33%	-15%	25%	-84%	-43%	185%	17%	-14%	38%	-34%
	part	12,6%	15,8%	21,5%	16,1%	34,4%	22,7%	10,5%	9,4%	7,1%	17,8%

source : Marthe Le Ny-Brunel, office de tourisme du Pays de Malestroit

*part : part des demandes concernant les fêtes dans la demande totale

La tendance générale est la même que pour la fréquentation touristique en Bretagne intérieure. Par contre, les variations sont beaucoup plus marquées. Ainsi, la saison 2002 a été particulièrement bonne avec une demande ayant augmenté de 40 % au total et de 60 % pour les fêtes, spectacles et expositions. Pour 2003, année de la canicule, les chiffres sont faussés au moment du festival car, en raison de son annulation, les personnes qui devaient s'y rendre se sont renseignées auprès de l'office de tourisme. Par contre pour les autres semaines, et particulièrement en août, il y a une forte baisse de la fréquentation de l'office de tourisme. Enfin, l'année 2004 est proche de celle de 2002.

3.1.3. Etude des données

3.1.3.1. Comparaison de l'évolution des données

Cf. graphiques page suivante : pour des questions de lisibilité, les demandes n'ont pas été représentée sous forme d'histogramme, mais de courbes. Les points sont placés au milieu de la semaine qu'ils représentent.

Tout d'abord, il faut noter l'impact de l'annulation de l'édition 2003 du festival. En effet, c'est à l'office du tourisme qu'il fallait se renseigner. Donc, malgré un contexte de forte baisse de la demande à l'OT¹⁴, il y a eu un pic au moment du festival : la demande concernant les fêtes a augmenté de 190 % entraînant une hausse de 50 % pour le total des demandes. Ceci, confirme en tout cas le lien qui existe entre le nombre de demande à l'OT et le déroulement du festival.

Si l'on revient à l'année 2002, la forte hausse du nombre de festivaliers (98 %) correspond bien à une augmentation du nombre de demandes de renseignements sur les fêtes, spectacles et expositions (90 %) au moment du festival. Cette hausse se retrouve dans le nombre total de demande pour la semaine 4.

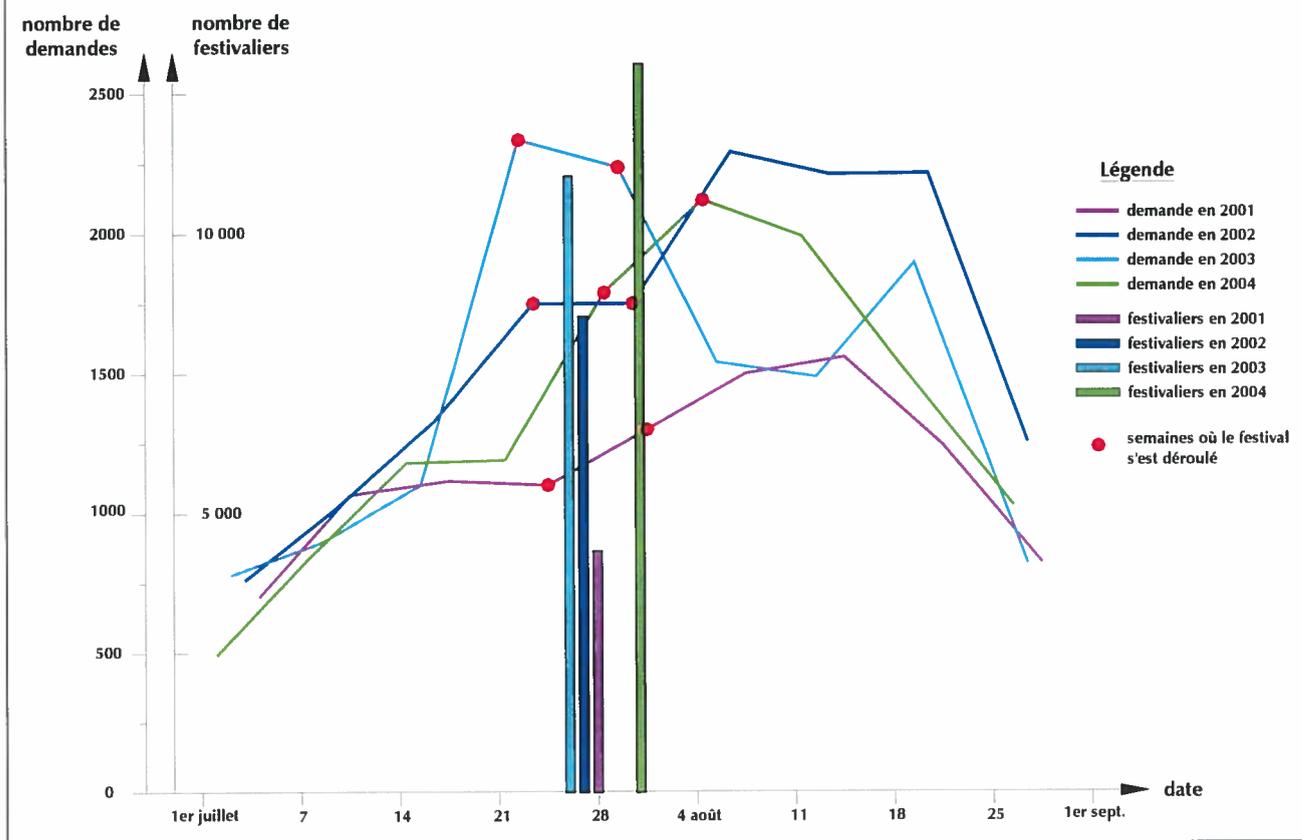
Pour l'année 2004 enfin, on observe le même phénomène qu'en 2002 : le nombre de festivaliers a augmenté de 53 % par rapport à 2004, la demande pour les fêtes à l'OT ayant augmenté de 40 %¹⁵. Cette fois si encore, on remarque une légère hausse sur le total des demandes durant le festival.

Pour chaque année, la part des demandes concernant les fêtes, spectacles et manifestations augmente au moment du festival. Ceci montre que certains touristes viennent, effectivement attirés par le festival.

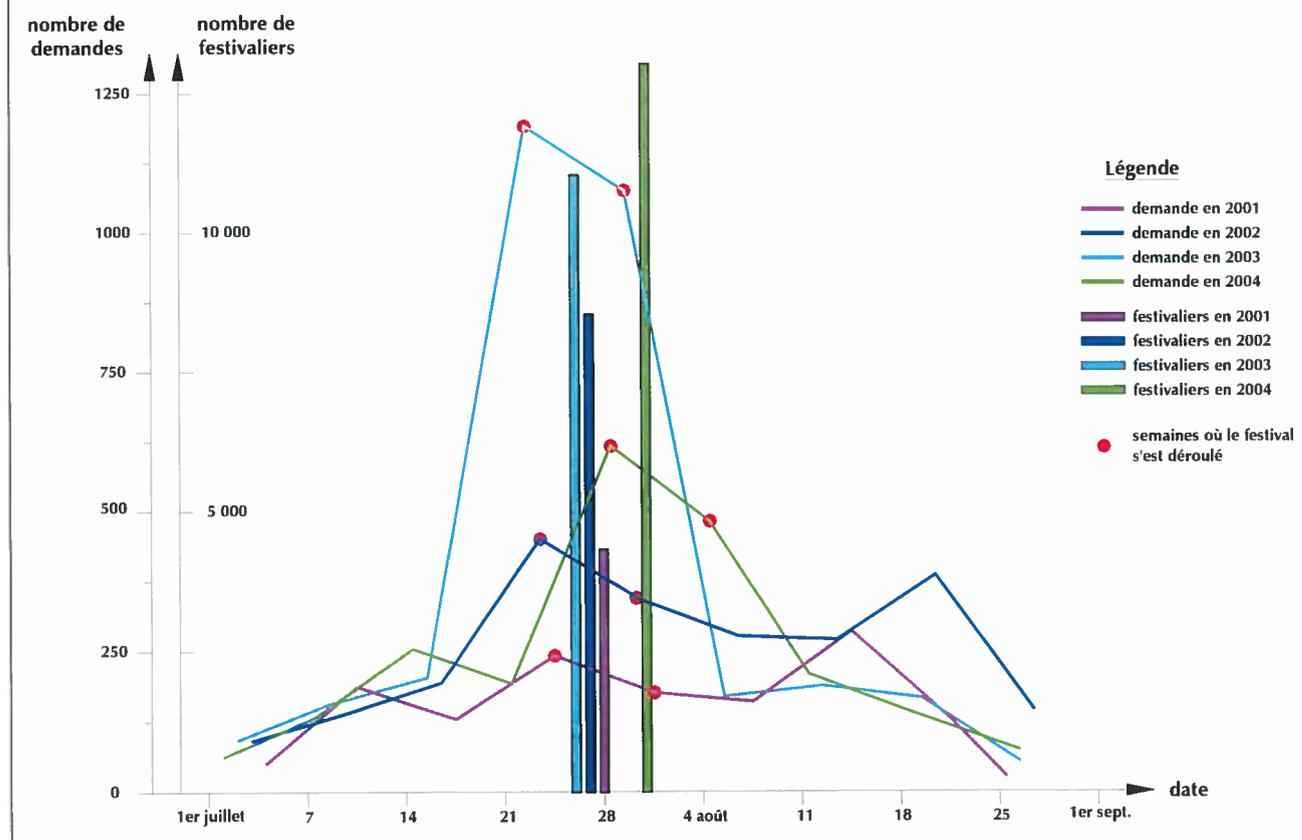
¹⁴ OT : office de tourisme

¹⁵ Comparaison des semaines 5-6 de 2004 avec les semaines 4-5 de 2002

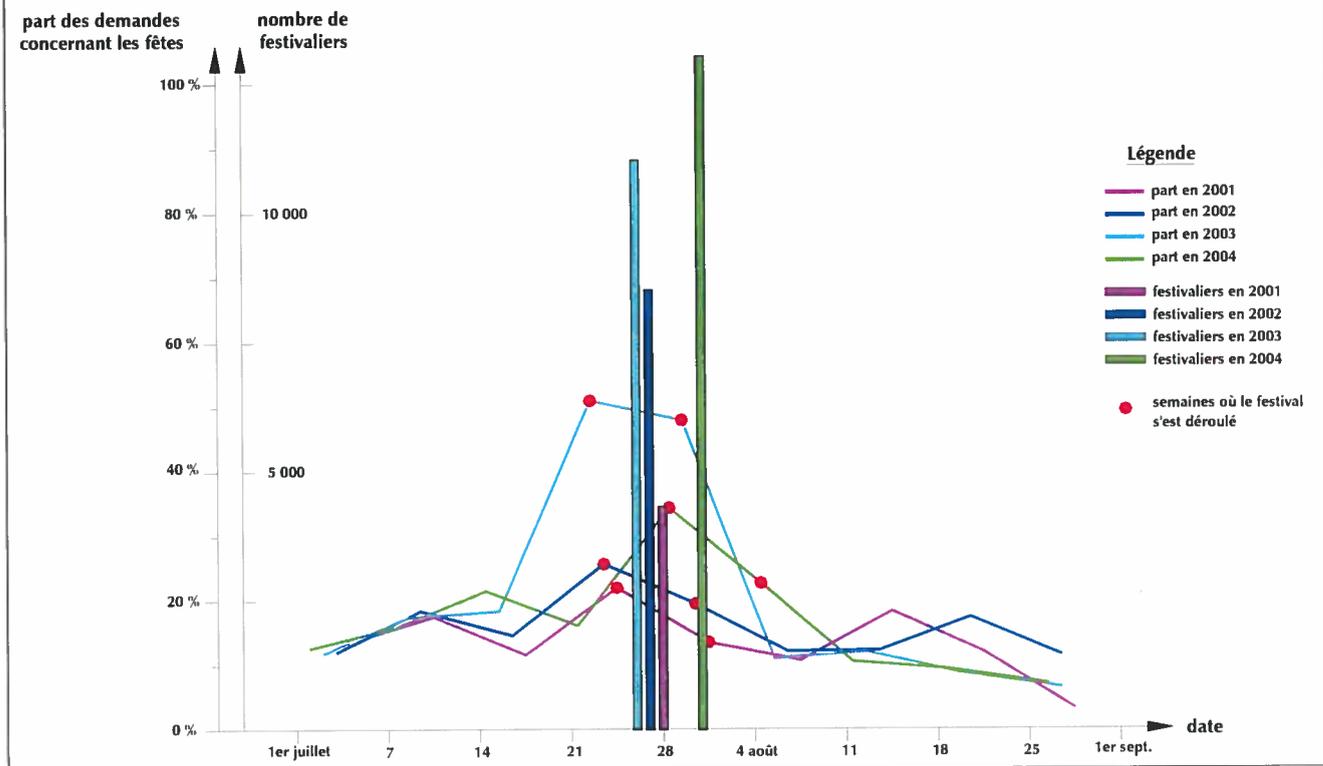
Évolution comparée de la demande totale à l'OT et du nombre de festivaliers



Évolution comparée de la demande concernant les fêtes et du nombre de festivaliers



Évolution de la part des demandes concernant les fêtes dans la demande totale



3.1.3.2. Conclusion

Cette comparaison montre donc qu'il y a bien un lien entre le nombre de spectateurs et la demande concernant les fêtes, spectacles et expositions durant le festival. Mais, la hausse du nombre de festivaliers est toujours plus importante que celle de la demande. Ceci s'explique par le fait qu'il n'y a pas que ce festival dans cette catégorie de demande. D'ailleurs, depuis cette année 2004, les demandes concernant le festival Au pont du rock sont comptées à part. Il n'est donc pas possible d'étudier précisément le type de lien entre ces deux données car seules 2 années peuvent être comparées.

Si ce lien est linéaire, il sera :

$$F(x) = 0,9x + 1,8$$

Avec : $F(x)$, la hausse de la demande concernant les fêtes, spectacles et expositions à l'OT (en %)

x , la hausse du nombre de festivaliers (en %)

Par contre, il n'y a pas de lien observé entre Le nombre total de demandes de renseignements et la hausse de la fréquentation du festival. On peut donc dire que le festival n'a pas d'impact sur les demandes faites à l'OT (demandes concernant le festival Au pont du rock exclues bien sûr). Autrement dit, l'attractivité du festival n'influe pas sur la fréquentation de l'office de tourisme. Deux hypothèses explicatives peuvent être formulées, principalement en raison de l'âge moyen des festivaliers et donc de leurs centres d'intérêts :

- les spectateurs ne viennent que pour le festival, ils ne consomment pas en dehors de ce cadre,
- les festivaliers, s'ils restent sur place avant ou après le festival, ne vont pas à l'OT.

S'il y a un lien entre l'attractivité du festival et la fréquentation touristique dans le pays de Malestroit, il pourrait être mis en évidence avec des indicateurs plus adaptés, comme le taux d'occupation des campings (donnée non disponible à cette échelle).

3.2. Lorient

3.2.1. Présentation

3.2.1.1. Le pays touristique de Lorient



source : www.morbihan.com



source : www.lorient-tourisme.com

Lorient est un port de Bretagne sud, situé dans le Morbihan. Elle regroupe 59 224 habitants¹⁶, et 180 000 au sein de son agglomération. Lorient dérive de « l'Orient », nom du port de la Compagnie des Indes, ce qui traduit sa longue histoire portuaire. La ville a été détruite à 85 % lors de la seconde guerre mondiale, ce sont donc surtout les villes alentour qui présente un fort intérêt touristique : citadelle de Port-Louis par exemple.

Le pays touristique de Lorient, territoire de l'office de tourisme, regroupe 19 communes : Brandérion, Caudan, Cléguer, Câvres, Gestel, Guidel, l'île de Groix, Hennebont, Inzinzac-Lochrist, Lanester, Languidic, Larmor-Plage, Locmiquélic, Lorient, Ploemeur, Pont-Scorff, Port-Louis, Quéven et Riantec. Il y a 178 703 habitants dans l'ensemble de ces communes, dont 21 901 à Lanester. Enfin, la capacité d'accueil touristique est de 21 864 lits en hébergement marchand, et 55 669 avec les résidences secondaires, d'après le CDT (données 2004).

¹⁶ Recensement Insee 1999

3.2.1.2. Le festival Interceltique

Bien qu'il y ait d'autres festivals dans le pays de Lorient, le festival Interceltique est le plus important. En effet, il attire plus de 500 000 spectateurs, contre 30 000 par exemple pour les fêtes médiévales d'Hennebont ou 10 000 pour le festival du film insulaire de Groix.

Le festival Interceltique de Lorient est organisé par l'association du même nom depuis 1971, et avec plus de 30 éditions, c'est l'un des plus anciens et plus importants festivals français. Il se déroule pendant dix jours, du premier vendredi au second dimanche d'août, dans plus de 20 lieux lorientais. L'association gère directement toute l'organisation : transport et hébergement des participants, communication internationale, recherche de partenaires, création de spectacles, etc. Quelques chiffres donnant une idée de l'ampleur de ce festival :

- 4 500 participants venant de tous les pays concernés par la culture celtique
- fréquentation de 650 000 personnes au maximum
- 400 personnes à l'organisation (souvent des « habitués » avec de l'expérience)
- budget de 3,6 millions d'euros, auquel il faut ajouter les échanges de services
- des ressources propres s'élevant à 73 %.

Le concept de base du festival est simple : c'est « le rendez-vous des expressions contemporaines des pays celtiques ». Il est d'ailleurs né dans le contexte de l'émergence de la revendication de l'identité bretonne, c'est au même moment que des artistes, tels Allan Stivell, ont commencé à se faire connaître. Il concerne essentiellement la musique, meilleur vecteur de l'identité celtique, mais pas uniquement puisqu'il y a aussi du cinéma, de la littérature, etc. Il s'affiche comme une vitrine, un lieu de rencontre, et donc un moteur de créations. Par ailleurs, c'est ce concept même, d'après l'association organisatrice (identité régionale et réseaux internationaux), qui explique l'importance des ressources propres : le festival a des difficultés pour prétendre aux structures établies des subventions.

Le nombre de partenaires, publics ou privés, de ce festival confirme son importance :

- Médias : Komz, ty village, Ouest France, France Info, France Bleu Breizh Izel, France 3, Télé 7 jours, Sacem, le Télégramme de Brest, Radio France, et le Monde
- Partenaires institutionnels : le Ministère de la Culture, la région Bretagne, le département du Morbihan, la communauté de communes Cap l'Orient, la ville de Lorient, adami, CNV
- Partenaires privés : Paysan Breton, Kronenbourg, Crédit Agricole, Caisse d'Épargne, Géant, Malaysia Airlines, la Maison des Bordeaux, A l'aise Breizh, Air France, Compagnie d'exploitation des ports, Loïc Raison, Produit en Bretagne, Beamish & Crawford.Plc, Fnac, Brittany Ferries, Lancelot, Breizh Cola, Ricard, le Terroir, Gemy
- Partenaires techniques : Rodrigue, France Télécom, Météo France

3.2.2. Les données sur la fréquentation

3.2.2.1. Le contexte touristique régional

Les données fournies par l'observatoire régional du tourisme de Bretagne publiées chaque année sont les mêmes que pour Malestroit. Les deux tableaux suivants présentent, outre les taux d'occupation des hôtels et campings, la variation annuelle de ces taux. Il n'y a pas de données en 2004 pour les campings, puisque le mode d'évaluation a changé : à présent une distinction sera faite entre les emplacements vides et locatifs (bungalows).

Taux d'occupation des hôtels en Bretagne littorale

		mai	juin	juillet	août	sept.	moy.
2000	taux (%)	48,3	51,1	68,9	83,7	58,5	64,2
2001	taux (%)	49,9	61,8	66,7	85,3	60,4	65,0
	variation	+ 1,6	+ 10,7	- 2,2	+ 1,6	+ 1,9	+ 0,8
2002	taux (%)	52,7	59,0	67,0	85,2	62,5	65,4
	variation	+ 2,8	- 2,8	+ 0,3	- 0,1	+ 2,1	+ 0,4
2003	taux (%)	53,7	61,7	67,8	87,7	67,7	67,8
	variation	+ 1,0	+ 2,7	+ 0,8	+ 2,5	+ 5,2	+ 2,4
2004	taux (%)	55,7	63,2	71,7	83,6	64,8	67,8
	variation	+ 2,0	+ 1,5	+ 3,9	- 4,1	- 2,9	± 0,0

source : <http://perso.wanadoo.fr/o.r.t.bretagne>

Taux d'occupation des campings en Bretagne littorale

		mai	juin	juillet	août	sept.	moy.
2000	taux (%)	4,0	10,0	46,1	53,6	6,8	28,0
2001	taux (%)	6,8	11,1	47,2	56,6	10,0	30,2
	variation	+ 2,8	+ 1,1	+ 1,1	+ 3,0	+ 3,2	+ 2,2
2002	taux (%)	8,6	11,6	46,6	57,5	9,5	30,7
	variation	+ 1,8	+ 0,5	- 0,6	+ 0,9	- 0,5	+ 0,5
2003	taux (%)	9,5	15,0	50,8	66,2	13,4	35,1
	variation	+ 0,9	+ 3,4	+ 4,2	+ 8,7	+ 3,9	+ 4,6

source : <http://perso.wanadoo.fr/o.r.t.bretagne>

Globalement, en Bretagne littorale, la saison 2003 était la meilleure en raison de la canicule : les touristes sont surtout allés sur la côte atlantique. Ceci s'est surtout ressenti dans les campings, dont la fréquentation plus fortement liée au temps que pour les hôtels. En 2001, la hausse du taux de remplissage a été faible sur la saison entière, mais importante en août et septembre car les conditions météo étaient excellentes en fin d'été. La saison 2002 était stable par rapport à celle de 2001. Enfin, 2004 a connu une bonne fréquentation touristique : le taux d'occupation des hôtels a conservé son niveau de 2003, celui des camping est en baisse en raison du mauvais temps.

3.2.2.2. La fréquentation du festival Interceltique

L'observatoire touristique du Comité Départemental du Tourisme du Morbihan publie, tous les deux ans et depuis 1999, la fréquentation des festivals. Les données sont proviennent des bureaux des festivals. Dans le cas du festival Interceltique, il s'agit d'une évaluation car une partie des spectacles est gratuite.

Nombre de spectateurs au festival Interceltique

	date	nombre de festivaliers	variation	
			absolue	relative
1999	5 au 15 août	400 000	/	/
2000	4 au 13 août	450 000	+ 50 000	+ 12,5 %
2001	*4 au 13 août	550 000	+ 100 000	+ 22,2 %
2002	2 au 11 août	600 000	+ 50 000	+ 9,1 %
2003	1 ^{er} au 10 août	500 000	- 100 000	- 16,7 %
2004	30 juillet au 8 août	550 000	+50 000	+ 10,0 %
variation 1999-2004			+ 150 000	+ 27,3 %

source : www.morbihan.com

* du samedi au lundi

Le nombre de festivaliers a augmenté jusqu'en 2002, durant cette édition, 600 000 personnes ont assisté au festival Interceltique. En 2003, il y a eu une baisse importante probablement liée à la canicule. Il semble aujourd'hui que l'on ait atteint le seuil maximum de fréquentation, puisque l'agglomération de Lorient compte 180 000 habitants et une capacité d'accueil de près de 56 000 lits seulement. Une grande partie du public vient donc de plus loin, et/ou seulement pour assister à la grande parade finale (« grande parade des nations celtes », avec 4 000 musiciens à elle seule, et près de 80 000 spectateurs). A titre indicatif, il y a au total 487 023 lits dans l'ensemble du département !

3.2.2.3. La fréquentation de l'office de tourisme du pays de Lorient

Le CDT du Morbihan possède un observatoire qui réalise depuis 2001 des bilans sur la fréquentation des OT en particulier. Tous les OT du Morbihan ont donc une base de donnée identique, tenue au jour le jour. Les données fournies concernent le nombre total de demandes effectuées à l'office du tourisme, ainsi que les demandes portant sur les fêtes, spectacles et expositions. Les données suivantes sont indiquées par quinzaine, puisque l'observatoire ne conserve pas les bases de données complètes. En rouge, figure la période durant laquelle le festival Interceltique se déroule.

Demande globale pour juillet et août

période		juillet		août		total
		1 ^{er} - 15	15 - 31	1 ^{er} - 15	15 - 31	
2001	nbre	8 909	14 288	18 834	8 803	50 834
2002	nbre	11 142	15 721	18 648	9 617	55 128
	variation	25,1%	10,0%	-1,0%	9,2%	8,4%
2003	nbre	10 564	17 943	17 915	10 021	56 443
	variation	-5,2%	14,1%	-3,9%	4,2%	2,4%
2004	nbre	9 468	15 072	17 839	8 238	50 617
	variation	-10,4%	-16,0%	-0,4%	-17,8%	-10,3%
variation 2001-2004		6,3%	5,5%	-5,3%	-6,4%	-0,4%

Demande concernant les fêtes, spectacles et expositions pour juillet et août

période		juillet		août		total
		1 ^{er} - 15	15 - 31	1 ^{er} - 15	15 - 31	
2001	nbre	1 860	2 864	5 639	220	10 583
	*part	20,9%	20,0%	29,9%	2,5%	20,8%
2002	nbre	1 993	2 949	3 865	225	9 032
	variation	7,2%	3,0%	-31,5%	2,3%	-14,7%
	part	17,9%	18,8%	20,7%	2,3%	16,4%
2003	nbre	1 517	2 910	3 542	345	8 314
	variation	-23,9%	-1,3%	-8,4%	53,3%	-7,9%
	part	14,4%	16,2%	19,8%	3,4%	14,7%
2004	nbre	1 082	2 311	2 610	267	6 270
	variation	-28,7%	-20,6%	-26,3%	-22,6%	-24,6%
	part	11,4%	15,3%	14,6%	3,2%	12,4%
variation 2001-2004		-41,8%	-19,3%	-53,7%	21,4%	-40,8%

source : Bénédicte Pernes Leman et Brigitte Vadier Metra, Comité Départemental du Tourisme du Morbihan
*part : part des demandes concernant les fêtes dans la demande totale

La tendance générale est assez différente de celle concernant la fréquentation touristique en Bretagne littorale, bien que 2002 ait également été une bonne année. En effet, c'est en 2003 que le nombre total de demande a été le plus important, sauf début août lors du pic de la canicule. Et 2004 a plutôt été une mauvaise année. On ne peut pas vraiment commenter l'évolution de la demande durant la 2nde quinzaine d'août car elle est négligeable par rapport aux autres périodes de l'été.

La demande concernant les fêtes, spectacles et manifestations est, quant à elle, en forte baisse depuis 2001, mais il n'y a pas de données plus anciennes permettant de savoir quand cette baisse a commencé. Cette baisse est un peu plus importante lors de la 1^{ère} quinzaine d'août.

3.2.3. Etude des données

3.2.3.1. Comparaison de l'évolution des données

Cf. graphiques page suivante : pour des questions de lisibilité, les demandes n'ont pas été représentées sous forme d'histogramme, mais de courbes. Les points sont placés au milieu de la quinzaine qu'ils représentent.

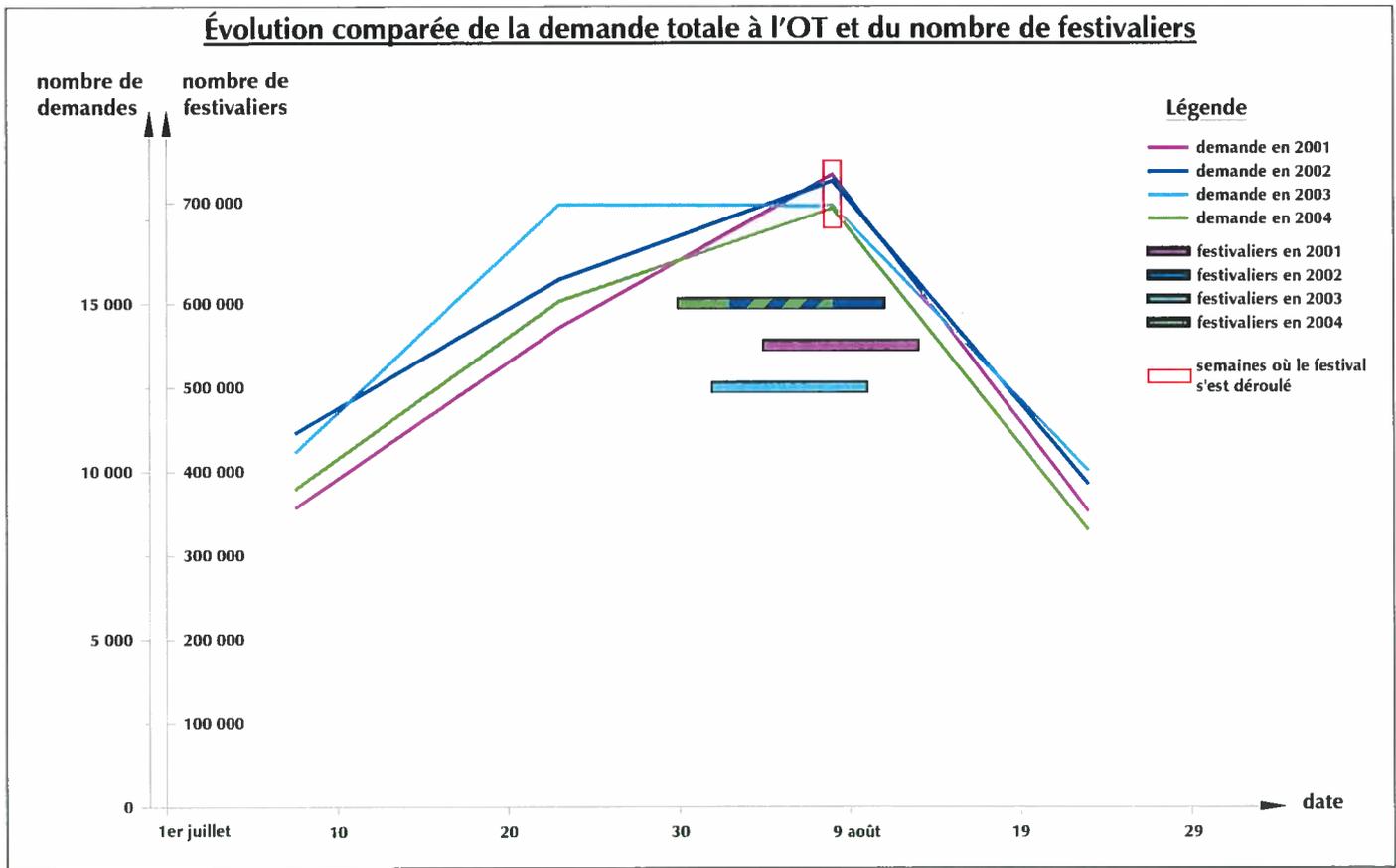
Tout d'abord, on remarque que le nombre de demandes est maximum durant la 1^{ère} quinzaine d'août, période durant laquelle se déroule le festival. Donc, il est possible que le festival ait un impact sur la fréquentation touristique. Mais c'est généralement à cette période que la fréquentation touristique est maximale. Il faut donc étudier les données dans le détail.

C'est en 2001 que les demandes ont été les plus importantes durant la 1^{ère} quinzaine d'août. On observe même un pic pour les demandes concernant les fêtes, spectacles et manifestation, et pour leur part dans le nombre total de demandes. C'est à cette époque que le festival Interceltique a été le plus médiatisé, un public nouveau est donc venu y assister.

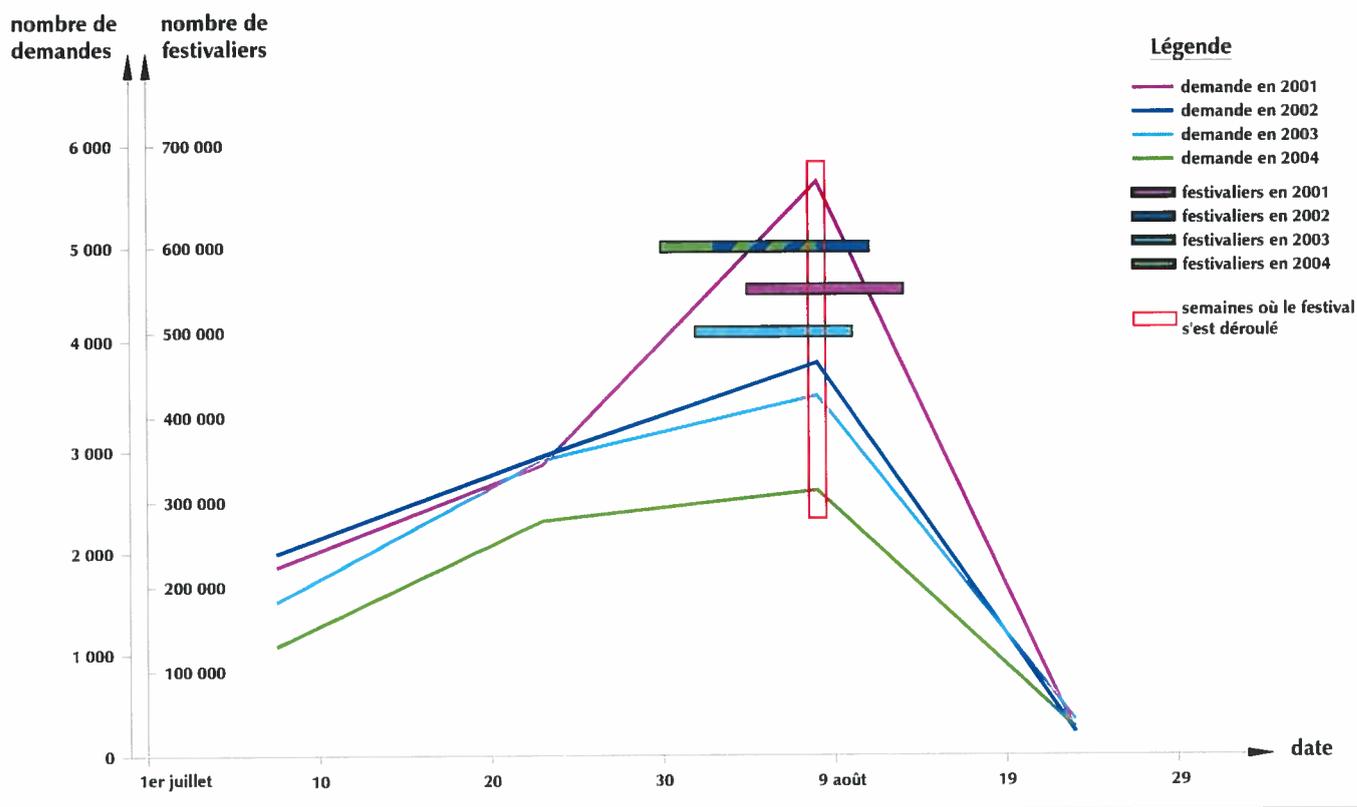
A partir de 2002, il y a eu une baisse régulière des demandes concernant les fêtes, notamment au moment du festival, alors que le nombre total de demandes reste assez stable. Cette baisse se vérifie particulièrement pour la part des demandes concernant les fêtes dans la demande totale. Ainsi, cette part est même plus faible début août 2004 que fin juillet 2004. Or le nombre de festivaliers était plus important qu'en 2001.

Enfin, on remarquera qu'en 2003, le nombre de demandes de renseignements à l'OT était plus important durant la 2nde quinzaine de juillet, que pendant la 1^{ère} quinzaine d'août. Ceci est lié à la canicule.

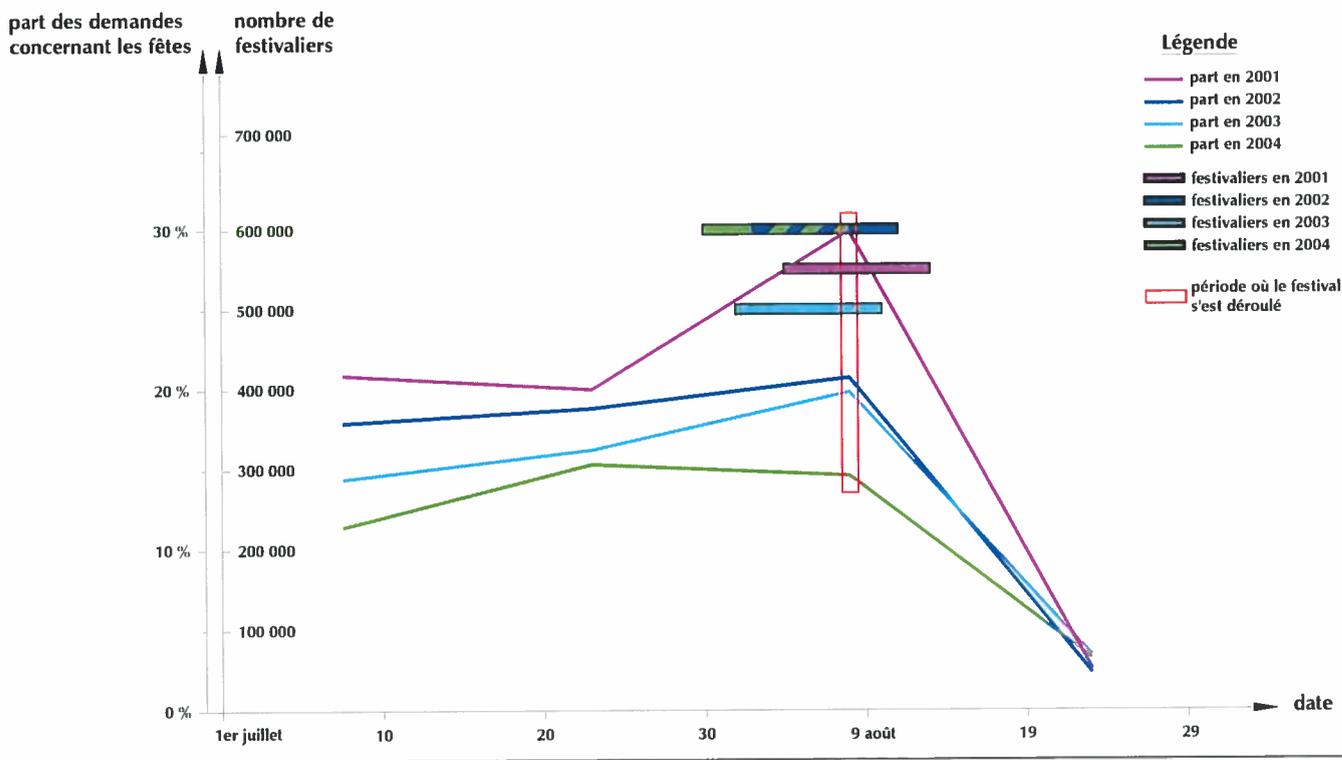
Évolution comparée de la demande totale à l'OT et du nombre de festivaliers



Évolution comparée de la demande concernant les fêtes et du nombre de festivaliers



Évolution de la part des demandes concernant les fêtes dans la demande totale



3.2.3.2. Conclusion

D'après cette comparaison, il semble bien y avoir un lien entre les demandes de renseignements faites à l'OT et le festival Interceltique. En effet, alors que le nombre global de demandes est stable début août, il varie (baisse et hausse) durant les autres périodes. La forte diminution des demandes concernant les fêtes, spectacles et manifestations peut s'expliquer par le fait que le festival Interceltique a acquis une renommée si importante que les festivaliers n'ont pas besoin d'aller à l'OT se renseigner sur son déroulement. Globalement, on peut dire que le festival Interceltique permet de limiter les variations de fréquentation touristique en assurant un minimum de festivaliers début août. Pour vérifier cela, il faudrait étudier le taux de remplissage des hôtels et campings.

3.3. Parthenay

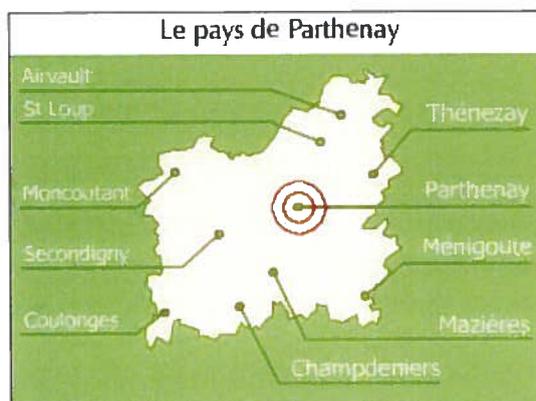
3.3.1. Présentation

3.3.1.1. La communauté de commune de Parthenay et le pays de la Gâtine

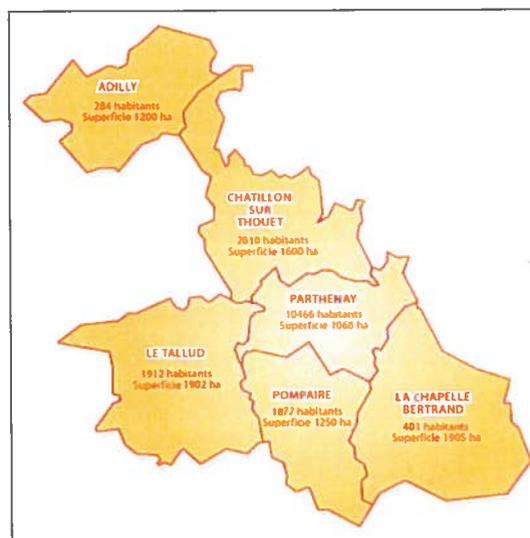
Parthenay est une petite ville de 10 473 habitants de la Gâtine, territoire rural du département des Deux-Sèvres. C'est, avec les communes de Châtillon, Pompaire et le Tallud, un pays d'art et d'histoire depuis 1993. Parmi ses atouts touristiques, il y a la ville médiévale de Parthenay, mais aussi le paysage gâtinais, avec notamment le Thouet qui traverse la ville, ou de nombreuses maisons de maître. L'office de tourisme intercommunal comprend également deux autres communes : Adilly et la Chapelle-Bertrand. L'ensemble de la communauté de communes regroupe seulement 17 575 habitants.



source : www.deux-sevres.com



source : site Internet du pays de Gâtine



source : <http://portail2005.cc-parthenay.fr/ccparthenay>

Le pays de Gâtine regroupe, outre la communauté de commune de Parthenay, celles de Secondigny, de Moncoutant, de Coulonges-sur-l'Autize, du val d'Egray, du pays ménigoutais, du pays sud Gâtine, de l'airvaudais, du val du Thouet et du pays thénezéen. Parmi cela, les communautés de communes de Secondigny, du pays ménigoutais et du pays sud Gâtine, n'ont pas d'OT ni de syndicat d'initiative, il faut donc se reporter à l'OT de Parthenay.

Enfin, l'observatoire touristique régional indique que la capacité d'accueil touristique du Poitou-Charentes est de près de 775 000 lits (hébergement marchand et résidences secondaires), mais seulement 54 000 sont situées dans le département des Deux-Sèvres.

3.2.1.2. Les festivals du pays de Gâtine

Le festival des jeux

Le principal festival du pays de Gâtine est le festival des jeux de Parthenay ou FLIP (festival ludique international de Parthenay). Il a été créé en 1986 par la ville de Parthenay, et non par une association comme s'est généralement le cas. Le but est de transformer la ville en immense plateau de jeux, favorisant le mélange des générations. La gratuité et l'ambiance familiale ont fortement contribué au succès de ce festival. Il se déroule durant 12 jours environ (selon les années) pendant la 1^{ère} quinzaine de juillet. Les partenaires de ce festival sont trop nombreux pour être détaillés.

Au même moment que le FLIP, il y a le festival Jazz au Fil de l'Eau, à Parthenay également, mais le nombre de festivaliers est négligeable (moins de 1 500 spectateurs contre près de 150 000 pour le FLIP).

Le festival « de Bouche à Oreille »

Il y a également le festival « de Bouche à Oreille » à Parthenay. Ce festival de musique traditionnelle a été créé en 1981, 2005 marquant la 19^{ème} édition. Il se déroule depuis 1991, la semaine suivant le 15 août, période marquant la fin de la haute-saison. Son but est d'« offrir un écrin à des musiques traditionnelles qui s'inventent et se réinventent dans les mains de leurs artisans », c'est-à-dire de retrouver les répertoires anciens tout en les faisant évoluer. Il valorise l'imagination et l'innovation, la création contemporaine. Le festival s'est donc fixé quatre missions :

- susciter et promouvoir la création dans le domaine des musiques traditionnelles
- favoriser la diffusion des musiques traditionnelles issues des régions de France et de l'immigration
- encourager le décloisonnement entre des genres musicaux qui trop souvent s'ignorent
- faire découvrir les musiques traditionnelles vivantes du monde.

Les partenaires du festival « de Bouche à Oreille » sont nombreux ici encore :

- Médias : Radio Gâtine, Trad magazine
- Partenaires institutionnels : le Ministère de la Culture, la région Poitou-Charentes, le département des Deux-Sèvres, la communauté de communes de Parthenay, le pays de Gâtine
- Partenaires privés et associations : Spedidam, CNV, Sacem, FAMDT, ADDM79, Cemea.

Les organisateurs

Ce festival est organisé par l'UPCP (Union pour la culture populaire en Poitou-Charentes) par le biais de son association Métime. Créée en 1968, l'UPCP regroupe diverses associations et adhérents qui oeuvrent à la valorisation du patrimoine culturel régional. Elle prend en compte les diverses composantes de la culture poitevine-saintongeaise : la musique et la danse, le chant, la langue et les arts de la parole, les savoir-faire, l'environnement, l'histoire... Au début des années 90, L'UPCP a créé une maison d'édition : Geste, devenu le premier éditeur régional, et Métime, une association pour mettre en œuvre un projet original fondé sur la mémoire en mouvement.

L'UPCP-Métime est le Centre de Musiques et de Danses Traditionnelles en Poitou-Charentes-Vendée ; elle gère un équipement culturel, la maison des cultures de pays à Parthenay. Elle a créé le CERDO, un centre multimédia sur l'oralité et organise le festival « de Bouche à Oreille », musiques traditionnelles vivantes et innovantes

Le festival « Sacré Nombriil »

Enfin, il y a le festival du « Sacré nombriil » à Pougne-Hérisson, village rural de 360 habitants de la communauté de communes de Secondigny. Ce festival de contes est intéressant car il se démarque des autres, s'insérant entièrement dans un projet artistique original. Tout d'abord, il est né de la rencontre d'un artiste, Yannick Jaulin, avec les habitants du petit village de Pougne-Hérisson, parmi lesquels son maire, Bernard Boileau, artiste lui aussi. Yannick Jaulin lui a inventé tout un passé, une véritable mythologie (cf. annexe 3), et a décidé d'en faire le nombriil du monde. Ce nombriil, Yannick Jaulin va le localiser très précisément en 1990 : il se trouve à l'emplacement d'un rocher de forme insolite situé en face de l'église du village. Depuis cet événement fondateur, le festival « Sacré nombriil » de Pougne-Hérisson rassemble tous les deux ans, à l'occasion du 15 août, plus de cinq mille spectateurs venus de toute la France assister aux divers spectacles inspirés de la mythologie créée par Yannick Jaulin. Le village tout entier devient alors un vaste théâtre à ciel ouvert pour plus d'une centaine d'artistes de rue et conteurs qui font revivre la fabuleuse histoire de Pougne-Hérisson...

Sur sa lancée, Yannick Jaulin a créé l'Atelier Paroles de rue, qui organise des stages de formation à l'intention de comédiens professionnels et amateurs, tout en participant à la création d'autres spectacles dont il favorise la diffusion. C'est ainsi que de très nombreux spectacles labellisés « Pougne-Hérisson » sont désormais donnés dans la région mais aussi partout en France. Pour répondre à la demande croissante de publics de plus en plus nombreux, des particuliers comme des collectivités, Yannick Jaulin a imaginé un « Jardin des histoires du monde ». Ce lieu ouvert toute l'année proposera diverses animations autour du conte et de la mythologie et contribuera ainsi à faire de Pougne-Hérisson une référence pour tous ceux qui en France aiment passionnément écouter ou raconter des histoires.

De plus, bien que le nombre de spectateur soit négligeable par rapport au FLIP, ce festival est une biennale, on peut donc aisément se rendre compte de son impact sur le tourisme local. Enfin, les partenaires de ce festivals sont surtout institutionnels : le Ministère de la Culture, la communauté européenne (fond social européen), le Pays de Gâtine, la région du Poitou-Charentes, le département des Deux-Sèvres, étoile polaire, Champion et le crédit mutuel.

3.2.2. Les données sur la fréquentation

3.2.2.1. Le contexte touristique régional

Le comité régional du tourisme du Poitou-Charentes publie chaque année des données concernant la fréquentation des hôtels et campings, (en taux d'occupation ou en nombre de nuitées). Contrairement aux deux exemples précédents, c'est le nombre de nuitées qui est présenté ici pour les hôtels, car les taux d'occupation ne sont pas indiqués pour la saison 2004. Pour les campings, c'est par contre le taux d'occupation qui est donné puisque le nombre de nuitées n'est pas disponible pour toutes les années. De plus, il n'y a aucune donnée pour 2000.

Nombre de nuitées dans les hôtels du Poitou-Charentes

		mai	juin	juillet	août	sept.	total
2000	nuitées	429 481	527 389	651 770	793 220	467 665	2 869 525
2001	nuitées	454 780	532 992	631 306	771 570	478 995	2 869 643
	variation	5,9%	1,1%	-3,1%	-2,7%	2,4%	0,0%
2002	nuitées	463 667	479 342	598 475	776 169	469 658	2 787 311
	variation	2,0%	-10,1%	-5,2%	0,6%	-1,9%	-2,9%
2003	nuitées	431 480	481 108	574 032	716 689	460 312	2 663 621
	variation	-6,9%	0,4%	-4,1%	-7,7%	-2,0%	-4,4%
2004	nuitées	440 969	471 985	591 621	701 647	434 177	2 640 399
	variation	2,2%	-1,9%	3,1%	-2,1%	-5,7%	-0,9%

source : www.poitou-charentes-vacances.com

Taux d'occupation dans les campings du Poitou-Charentes

		mai	juin	juillet	août	sept.	total
2001	taux (%)	10,2	17,6	52,7	66,4	12,6	31,9
2002	taux (%)	11,6	16,6	51,9	65,2	13,5	31,8
	variation	+ 1,4	- 1	- 0,8	- 1,2	+ 0,9	- 0,1
2003	taux (%)	11,1	18,2	51,2	64,9	17,1	32,5
	variation	- 0,5	+ 1,6	- 0,7	- 0,3	+ 3,6	+ 0,7
2004	taux (%)	12,5	17,1	50,6	62,1	14,0	31,3
	variation	+ 1,4	- 1,1	- 0,6	- 2,8	- 3,1	- 1,2

source : www.poitou-charentes-vacances.com

L'évolution de la fréquentation touristique dans le Poitou-Charentes est très différente de celle de la Bretagne. On constate une baisse progressive du taux d'occupation des hôtels. Les années 2000 et 2001 sont à peu près équivalentes, puis il y a une baisse significative en 2002 et 2003, avant une stabilisation en 2004.

Pour les campings, la saison 2003 a été la meilleure, malgré une baisse du taux d'occupation en juillet et août à cause de la canicule. Globalement, on constate une hausse de la fréquentation durant l'avant et l'arrière-saison, alors que l'occupation des campings est en baisse depuis 2002 pour les mois de juillet et août.

3.2.2.2. La fréquentation des festivals

La fréquentation de tous les festivals du Poitou-Charentes est fournie par le comité régional du tourisme, d'après les données des organisateurs.

Nombre de spectateurs au festival des Jeux

	date	nombre de festivaliers	variation	
			absolue	relative
1999	jeudi 8 au ven 23 juillet	130 000	/	/
2000	sam 8 au dim 23 juillet	130 000	± 0	± 0,0 %
2001	sam 7 au dim 22 juillet	130 000	± 0	± 0,0 %
2002	sam 6 au mer 17 juillet	140 000	+ 10 000	+ 7,7 %
2003	mer 9 au dim 20 juillet	141 000	+ 1 000	+ 0,7 %
2004	mer 7 au dim 18 juillet	152 000	+ 11 000	+ 7,8 %
variation 1999-2004			+ 22 000	+ 16,9 %

source : www.poitou-charentes-vacances.com

Nombre de spectateurs au festival « De Bouche à Oreille »

	date	nombre de festivaliers	variation	
			absolue	relative
2000	sam 19 au dim 27 août	5 679	/	/
2001	sam 18 au dim 26 août	5 582	- 97	- 1,7 %
2002	sam 17 au dim 25 août	5 620	+ 38	+ 0,7 %
2003	sam 16 au dim 24 août	6 300	+ 680	+ 12,1 %
2004	lundi 16 au dim 22 août	6 400	+ 100	+ 1,6 %
variation 2000-2004			+ 721	+ 12,7 %

source : www.poitou-charentes-vacances.com

Ces deux festivals connaissent une hausse de fréquentation. Pour le FLIP, il y a 10 000 festivaliers de plus chaque année, excepté en 2003 (en raison de la canicule probablement). On notera que beaucoup de personnes viennent uniquement pour une journée car la capacité d'accueil touristique du département de 54 000 ne permet pas d'absorber l'intégralité des festivaliers. Pour « De Bouche à Oreille », c'est au contraire l'année 2003 qui était la meilleure.

Nombre de spectateurs au festival « Sacré Nombriil »

	date	nombre de festivaliers	variation	
			absolue	relative
1998	sam 15 et dim 16 août	5 500	/	/
2000	ven 11 au sam 19 août	8 500	+ 3 000	+ 54,5 %
2002	ven 9 au sam 17 août	6 500	- 2 000	- 23,6 %
2004	ven 13 au dim 15 août	7 300	+ 800	+ 12,3 %
variation 2001-2004			+ 1 800	+ 32,7 %

source : www.poitou-charentes-vacances.com

Ce festival connaît une hausse progressive de sa fréquentation, notamment par le biais du bouche-à-oreille. Cependant, il y a eu une baisse en 2002 mais elle n'annonce pas de déclin du festival si l'on se réfère aux différents projets nés depuis : Jardin, atelier de paroles... Le bureau du festival précise d'ailleurs que ces projets sont nés de la demande croissante des festivaliers qui voulaient continuer à participer à cette « aventure » les années où le festival n'a pas lieu.

3.2.2.3. La fréquentation de l'office de tourisme du pays de Parthenay

Les données suivantes ont été fournies par l'OT du Pays de Parthenay, sous la forme de bilans de saison (bilans 2002, 2003 et 2004). Contrairement aux cas précédents, c'est ici la fréquentation de l'OT qui est comptabilisée, c'est-à-dire le nombre de personnes qui y sont entrées. En effet, le nombre de demande (total et concernant les événements) n'est disponible que pour les années 2002 et 2003.

Fréquentation de l'office de tourisme de mai à septembre

		mai	juin	juillet	août	septembre	total
2000	nbre	939	1 580	1 759	2 552	1 078	7908
2001	nbre	1 217	1 589	2 238	2 701	782	6289
	variation	29,6%	0,6%	27,2%	5,8%	-27,5%	7,8%
2002	nbre	1 016	1 459	2 802	3 651	1 428	10356
	variation	-16,5%	-8,2%	25,2%	35,2%	82,6%	21,4%
2003	nbre	1 206	1 534	2 852	2 669	1 294	9555
	variation	18,7%	5,1%	1,8%	-26,9%	-9,4%	-7,7%
2004	nbre	1 076	1 749	2 873	3 494	1 496	10688
	variation	-10,8%	14,0%	0,7%	30,9%	15,6%	11,9%
variation 2000-2004		14,6%	10,7%	63,3%	36,9%	38,8%	35,2%

source : Marina Piet, office de tourisme de Parthenay

Globalement, la fréquentation de l'office du tourisme est en hausse depuis 2000. Ceci peut s'expliquer par le fait que l'essor du tourisme vert est récent. Plus précisément, la fréquentation durant l'avant-saison (mai et juin) est stable, alors qu'après une augmentation en 2001 et 2002, elle connaît une stabilisation pour les autres mois. On remarquera l'effet très important de la canicule en août 2003 : la fréquentation a chuté de près de 27 %, retrouvant le niveau de 2000/2001.

A titre indicatif, voici le tableau présentant le nombre de demandes faites à l'OT en 2002 et 2003. Il ne sera pas réellement étudié dans le paragraphe suivant car il n'y a pas assez d'années disponibles.

Demande totale (DT) et concernant les événements (DE), de mai à septembre

		mai	juin	juillet	août	septembre	Total
2002	DE	198	292	553	495	239	1 777
	DT	723	1 006	1 692	2 063	927	6 411
	*part	27,4%	29,0%	32,7%	24,0%	25,8%	27,7%
2003	DE	199	282	655	271	157	1 564
	variation DE	0,5%	-3,4%	18,4%	-45,3%	-34,3%	-12,0%
	DT	875	1 125	1 818	1 498	855	6 171
	variation DT	21,0%	11,8%	7,4%	-27,4%	-7,8%	-3,7%
	part	22,7%	25,1%	36,0%	18,1%	18,4%	25,3%

source : Marina Piet, office de tourisme de Parthenay

*part : part des demandes concernant les fêtes dans la demande totale

3.2.3. Etude des données

3.2.3.1. Comparaison de l'évolution des données

Cf. graphique page suivante : pour des questions de lisibilité, les demandes n'ont pas été représentées sous forme d'histogramme, mais de courbes. Les points sont placés au milieu du mois qu'ils représentent.

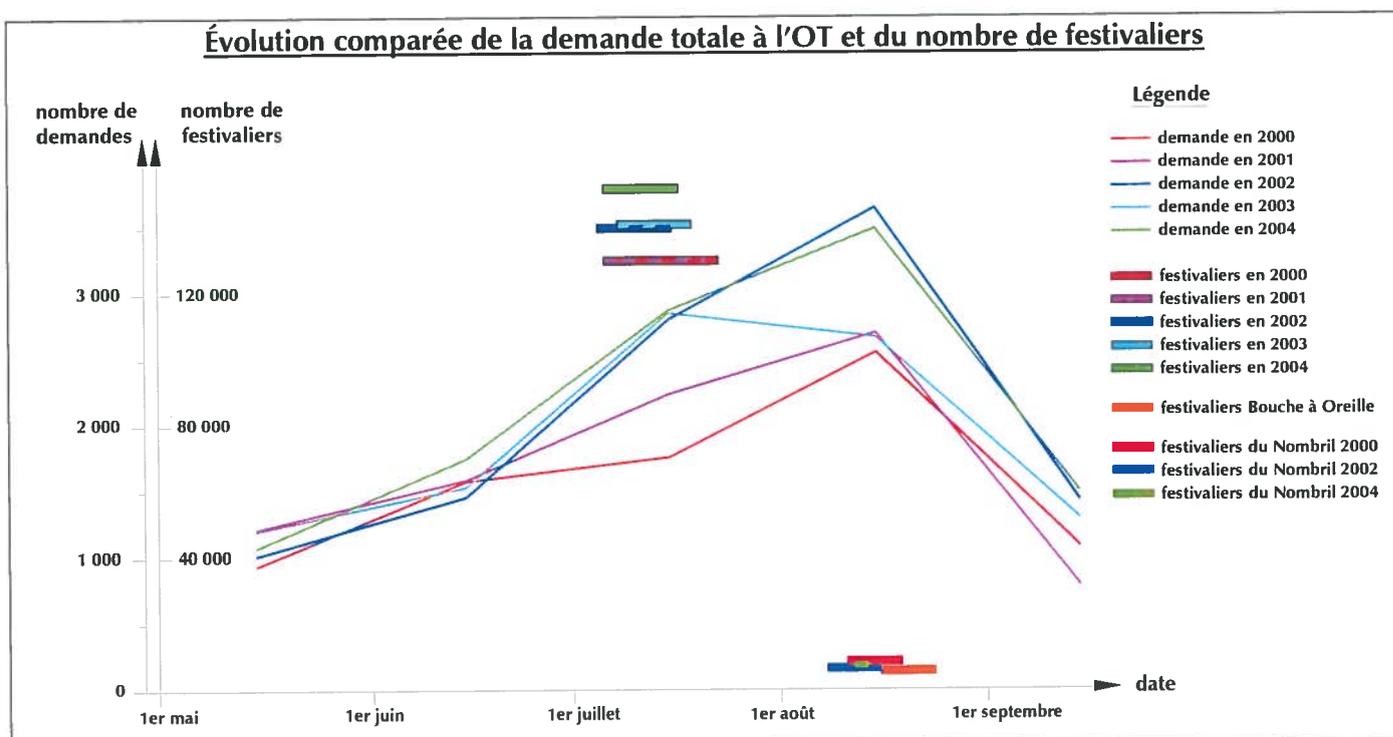
Tout d'abord, on remarque que le nombre de demandes est maximum en août, sauf en 2003 : en raison de la canicule, les touristes sont plutôt allés sur la côte. Mais l'écart entre les mois d'août et de septembre est moindre que pour les exemples précédents. Ceci peut s'expliquer par le déroulement du festival du jeu.

Plus précisément, on remarque que l'évolution de la fréquentation de l'OT en juillet et du nombre de festivaliers au FLIP concordent. En effet, elles sont en hausse depuis 2001. On notera cependant que, malgré une importante hausse du nombre de festivaliers en 2004, la fréquentation de l'OT semble maintenant stabilisée pour le mois de juillet.

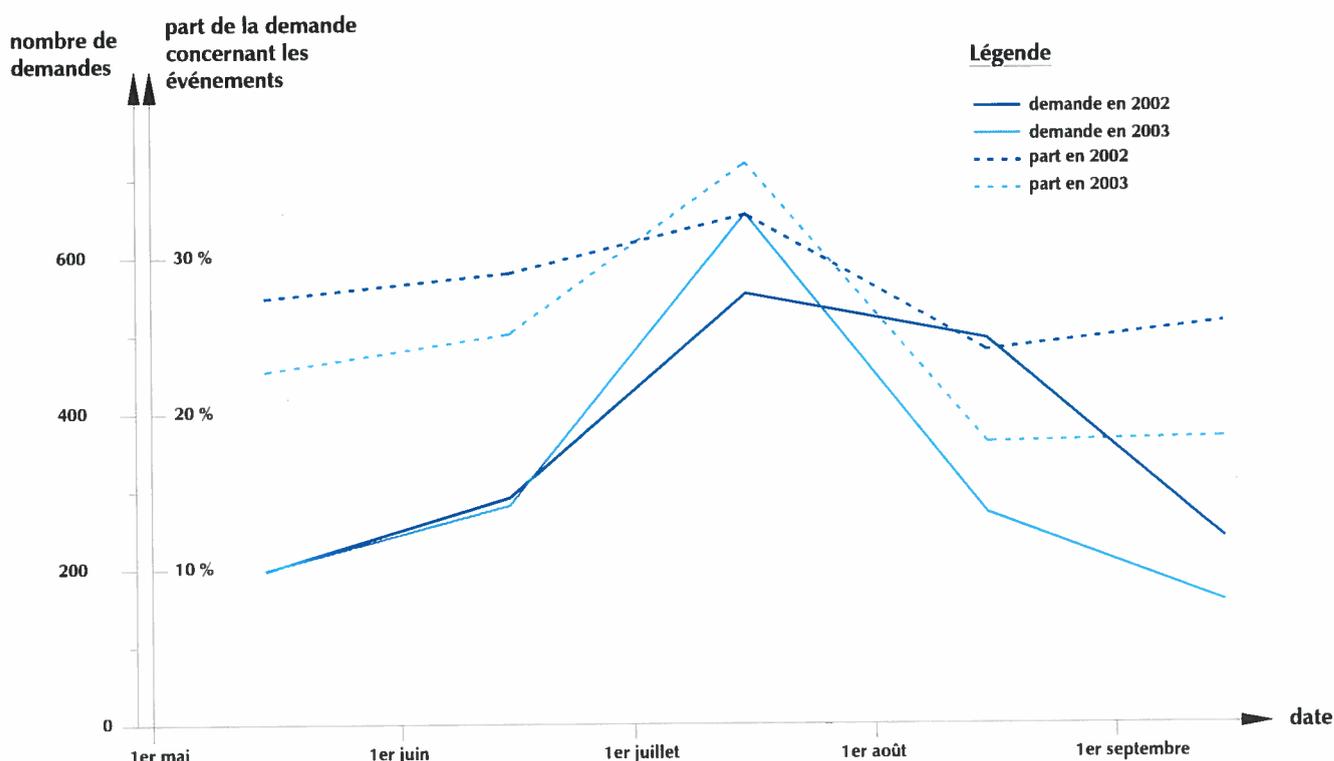
Pour le festival « Bouche à Oreille », le nombre de spectateurs est stable ce qui n'est pas du tout le cas pour la fréquentation de l'OT durant le mois d'août.

Pour le festival « Sacré Nombriil », on remarque que les éditions de 2002 et 2004 correspondent aux mois d'août où la fréquentation de l'OT était la plus importante. Cependant, à l'édition 2000, qui a attiré le plus de festivaliers, correspond une fréquentation aoûtienne de l'OT faible.

Évolution comparée de la demande totale à l'OT et du nombre de festivaliers



Évolution des demandes concernant les événements et de leur part dans la demande totale



3.2.3.2. Conclusion

Cette comparaison montre que le festival du Jeu (FLIP) de Parthenay semble effectivement avoir un impact sur la fréquentation de l'OT : il permettrait de stabiliser la fréquentation touristique en juillet. Quelques soient les tendances touristiques générales, le nombre de festivaliers est tel qu'il y a toujours un nombre important de personnes qui restent séjourner sur place quelques jours.

Ceci est confirmé par les commentaires accompagnant les bilans de saison de l'OT. Beaucoup de personnes qui appellent sont des festivaliers. De plus en 2002 et 2003, le nombre de demandes concernant les événements a été comptabilisé (cf. graphique ci-dessus) : il y a un pic en juillet, dû au FLIP. Enfin, le bilan de 2003 précise d'une part, que ce sont des festivaliers « habitués » qui visitent le quartier médiéval et non des nouveaux, et d'autre part que la moitié des festivaliers ne viennent qu'une journée surtout parce que ce sont des résidents locaux. Ceci montre donc que le FLIP est un levier touristique grâce aux festivaliers venus d'autres régions et qui reviendront plusieurs fois.

Pour les deux autres festivals, « Sacré nombril » et « de Bouche à Oreille », leur déroulement n'a pas d'impact sur la fréquentation mensuelle de l'OT. Il faudrait pouvoir disposer de la fréquentation hebdomadaire, ou des taux de remplissage des hôtels et campings, car il semble évident que dans le cas du festival du Nombriil du Monde, il y a un impact sur le tourisme local (5 500 à 8 500 festivaliers pour un village de 360 habitants !).

3.4. Landerneau – Daoulas

3.4.1. Présentation

3.4.1.1. Le pays touristique de Landerneau – Daoulas



source : www.breizh-bzh.net



Landerneau est un port du Finistère, situé à l'embouchure de la Rade de Brest et de l'Elorn. Elle regroupe environ 15 000 habitants, 14 274 d'après le recensement de 1999. Landerneau fait parti des villes d'art et d'histoire. C'est en effet une petite ville typique du Finistère, avec un patrimoine architectural riche, comme le pont habité de Rohan construit au XVI^{ème} siècle, ou l'enclos paroissial. De plus Landerneau est situé sur les berges de l'Elorn, que l'on peut découvrir lors de randonnées.

Le pays de Landerneau – Daoulas, territoire couvert par l'office de tourisme, regroupe 41 331 habitants dans 22 communes : Daoulas, Dirinon, Hanvec, Irillac, Landerneau, La Forest-Landerneau, Lanneuffret, La Martyre, La Roche-Maurice, L'Hopital-Camfrout, Logonna Daoulas, Loperhet, Le Tréhou, Pencran, Ploudiry, Plouédern, S^t Divy, S^t Eloy, S^t Thonan, S^t Urbain, Tréflévénez et Trémaouézan. Comme souvent en Bretagne, les communes sont petites : toutes sauf Landerneau et Loperhet ont moins de 3 000 habitants. D'après le comité départemental du tourisme, l'offre touristique est entre 4 000 et 25 000 lits (hébergement marchand et résidences secondaires). L'attrait touristique de ce pays, terre des légendes bretonnes, est fort avec ses paysages typiques (côte granitique, tourbières, paysage des Monts d'Arrée...). De plus, certaines communes font partie du Parc Naturel Régional d'Armorique (L'Hopital-Camfrout, Hanvec et S^t Eloy).

3.4.1.2. Le festival « Kann Al Loar »¹⁷

Le festival Kann Al Loar se déroule chaque année au mois de juillet depuis 1987, attirant des milliers de personnes. A sa création, il durait 4 jours, contre 9 jours en 2001 ou 6 en 2004. Au fur et à mesure des années, sont apparues de nouvelles journées et animations : Village en Fête, Fête du Port, la Taverne, et les toutes dernières (2000) : le Festival du Léon, avec 30 bagadou et cercles celtiques qui ont envahi Landerneau, et la Landernoz qui a rassemblé la fine fleur de la musique bretonne.

Mais le Festival reste, depuis ses débuts, fidèle à ses trois axes conducteurs. Il aborde la culture bretonne vivante sous toutes ses facettes, dans sa richesse et sa diversité, qu'il s'agisse de :

- musique, de la musique traditionnelle au rock celtique, en passant par le chant choral,
- danse, traditionnelle, avec notamment le Concours de Danse Kef, ou contemporaine d'inspiration celtique, ou chorégraphies modernes basées sur la tradition, avec notamment le Festival du Léon,
- théâtre en langue bretonne,
- culture de la mer avec sa Fête du Patrimoine Maritime où les vieux gréements rejoignent les métiers de la mer,
- artisanat d'art,
- gastronomie bretonne,
- jeux et sports traditionnels bretons avec son Village en Fête,
- et littérature avec sa Rencontre des Editeurs et des Ecrivains Bretons.

Il donne toute sa place à la création artistique. Kann Al Loar est ainsi le Festival par excellence de la création théâtrale en langue bretonne. Un autre exemple est le chant choral breton, qui a vu, depuis ces dernières années, ses plus importantes oeuvres créées lors du Festival. Même les sons et lumières d'Ar Vro Bagan ont été créés à Kann Al Loar. Enfin, il est parmi les festivals d'été en Bretagne mettant le plus en valeur la langue bretonne.

Depuis ses origines en 1987, de nombreux artistes se sont donc arrêtés sous la Lune de Landerneau comme The Pogues, Alan Stivell, Dan Ar Braz et l'Héritage des Celtes, Tri Yann, Gilles Servat, Silencers, Triskell... Mais ce festival a aussi pour but de faire connaître de jeunes talents. C'est ainsi qu'y sont passés Ar Re Yaouank, Denez Prigent, Armens, Merzhin alors que pour eux la notoriété n'était pas encore au rendez-vous...

Enfin, il est à préciser que Kann Al Loar signifie « Pleine Lune » en breton, car Landerneau est la cité de la Lune. Cependant de nombreuses personnes croient qu'il n'y a qu'un seul « n » à Kann Al Loar. C'est en fait un jeu de mots puisque Kan Al Loar signifie « Le Chant de la Lune ».

Les partenaires sont ici très nombreux, montrant la renommée du festival :

- Médias : le télégramme de Brest, RCFM, France Bleu Breizh Izel
- Partenaires publics : la ville de Landerneau, le Conseil Régional de Bretagne, le Conseil Général du Finistère, le pays de Landerneau – Daoulas
- Partenaires privés : Groupama, le Crédit Agricole, le Crédit Mutuel de Bretagne, la Générale des eaux / Veolia environnement, Landerneau Boutiques, Intermarché, Leclerc, Shopi, SCE Constructions, la Maison de la Corse, FIAT et Á l'Aise Breizh

¹⁷ source : article de France Bleue Armorique

3.4.2. Les données sur la fréquentation

3.4.2.1. Le contexte touristique régional

Les données fournies par l'observatoire régional du tourisme de Bretagne sont les mêmes que pour Lorient : taux d'occupation des hôtels et campings de Bretagne littorale.

Taux d'occupation des hôtels en Bretagne littorale

		mai	juin	juillet	août	sept.	moy.
2000	taux (%)	48,3	51,1	68,9	83,7	58,5	64,2
2001	taux (%)	49,9	61,8	66,7	85,3	60,4	65,0
	variation	+ 1,6	+ 10,7	- 2,2	+ 1,6	+ 1,9	+ 0,8
2002	taux (%)	52,7	59,0	67,0	85,2	62,5	65,4
	variation	+ 2,8	- 2,8	+ 0,3	- 0,1	+ 2,1	+ 0,4
2003	taux (%)	53,7	61,7	67,8	87,7	67,7	67,8
	variation	+ 1,0	+ 2,7	+ 0,8	+ 2,5	+ 5,2	+ 2,4
2004	taux (%)	55,7	63,2	71,7	83,6	64,8	67,8
	variation	+ 2,0	+ 1,5	+ 3,9	- 4,1	- 2,9	± 0,0

source : <http://perso.wanadoo.fr/o.r.t.bretagne>

Taux d'occupation des campings en Bretagne littorale

		mai	juin	juillet	août	sept.	moy.
2000	taux (%)	4,0	10,0	46,1	53,6	6,8	28,0
2001	taux (%)	6,8	11,1	47,2	56,6	10,0	30,2
	variation	+ 2,8	+ 1,1	+ 1,1	+ 3,0	+ 3,2	+ 2,2
2002	taux (%)	8,6	11,6	46,6	57,5	9,5	30,7
	variation	+ 1,8	+ 0,5	- 0,6	+ 0,9	- 0,5	+ 0,5
2003	taux (%)	9,5	15,0	50,8	66,2	13,4	35,1
	variation	+ 0,9	+ 3,4	+ 4,2	+ 8,7	+ 3,9	+ 4,6

source : <http://perso.wanadoo.fr/o.r.t.bretagne>

Globalement, en Bretagne littorale, la saison 2003 était la meilleure en raison de la canicule : les touristes sont surtout allés sur la côte atlantique. Ceci s'est surtout ressenti dans les campings, dont la fréquentation plus fortement liée au temps que pour les hôtels. En 2001, la hausse du taux de remplissage a été faible sur la saison entière, mais importante en août et septembre car les conditions météo étaient excellentes en fin d'été. La saison 2002 était stable par rapport à celle de 2001. Enfin, 2004 a connu une bonne fréquentation touristique : le taux d'occupation des hôtels a conservé son niveau de 2003, celui des camping est en baisse en raison du mauvais temps.

3.4.2.2. La fréquentation du festival « Kann Al Loar »

Le festival propose des animations gratuites, comme la fête du patrimoine maritime, et des spectacles payants comme les concerts. Chaque année, il y a entre 8 000 et 12 000 entrées payantes, soit environ ¼ du nombre total de festivaliers. C'est la fête du patrimoine maritime qui attire le plus de spectateurs, ont précisé les organisateurs.

Nombre de spectateurs au festival Kann Al Loar

	date	nombre de festivaliers	variation	
			absolue	relative
2001	sam 7 au dim 15 juillet	40 000	/	/
2002	vend 5 au sam 13 juillet	42 000	+ 2 000	+ 5,0 %
2003	lundi 7 au lundi 14 juillet	39 000	- 3 000	- 7,1 %
2004	jeudi 8 au mar 13 juillet	45 000	+ 6 000	+ 15,4 %
variation 2001-2004			+ 5 000	+ 12,5 %

source : bureau du festival Kann Al Loar

Le nombre de festivaliers augmente régulièrement de 5-7 % environ par an. En effet, il ne faut pas tenir compte de l'année 2003 : les organisateurs ont indiqués qu'en raison de la canicule, la fête des vieux gréements n'a pas attiré autant de monde que d'habitude, le port étant situé en plein soleil. Le nombre de festivaliers peut encore augmenter, car s'il y a moins de 25 000 lits touristiques dans le pays de Landerneau-Daoulas, il y a près de 428 000 lits dans le Finistère (hébergement marchand ou non).

3.4.2.3. La fréquentation de l'office de tourisme du pays de Landerneau – Daoulas

L'office de tourisme du pays de Landerneau – Daoulas a fournit sa fréquentation mensuelle, c'est-à-dire le nombre de personnes venues chercher des renseignements. Les données détaillées ne sont disponibles que depuis 2004. Il faut noter qu'en juillet et août, un point d'information est ouvert en plus de l'OT.

Fréquentation de l'office de tourisme de juin à septembre

		juin	*juillet	*août	septembre	total
2000	nbre	543	3 132	3 229	664	7568
2001	nbre	724	4 543	5 355	765	11387
	variation	33,3%	45,1%	65,8%	15,2%	50,5%
2002	nbre	616	6 171	7 812	1 508	16107
	variation	-14,9%	35,8%	45,9%	97,1%	41,5%
2003	nbre	1 152	9 010	11 438	629	22229
	variation	87,0%	46,0%	46,4%	-58,3%	38,0%
2004	nbre	1 687	9 421	10 552	1 172	22832
	variation	46,4%	4,6%	-7,7%	86,3%	2,7%
variation 2000-2004		210,7%	200,8%	226,8%	76,5%	201,7%

source : Chantal Kerriou, office de tourisme du pays de Landerneau – Daoulas

* fréquentation du point information incluse

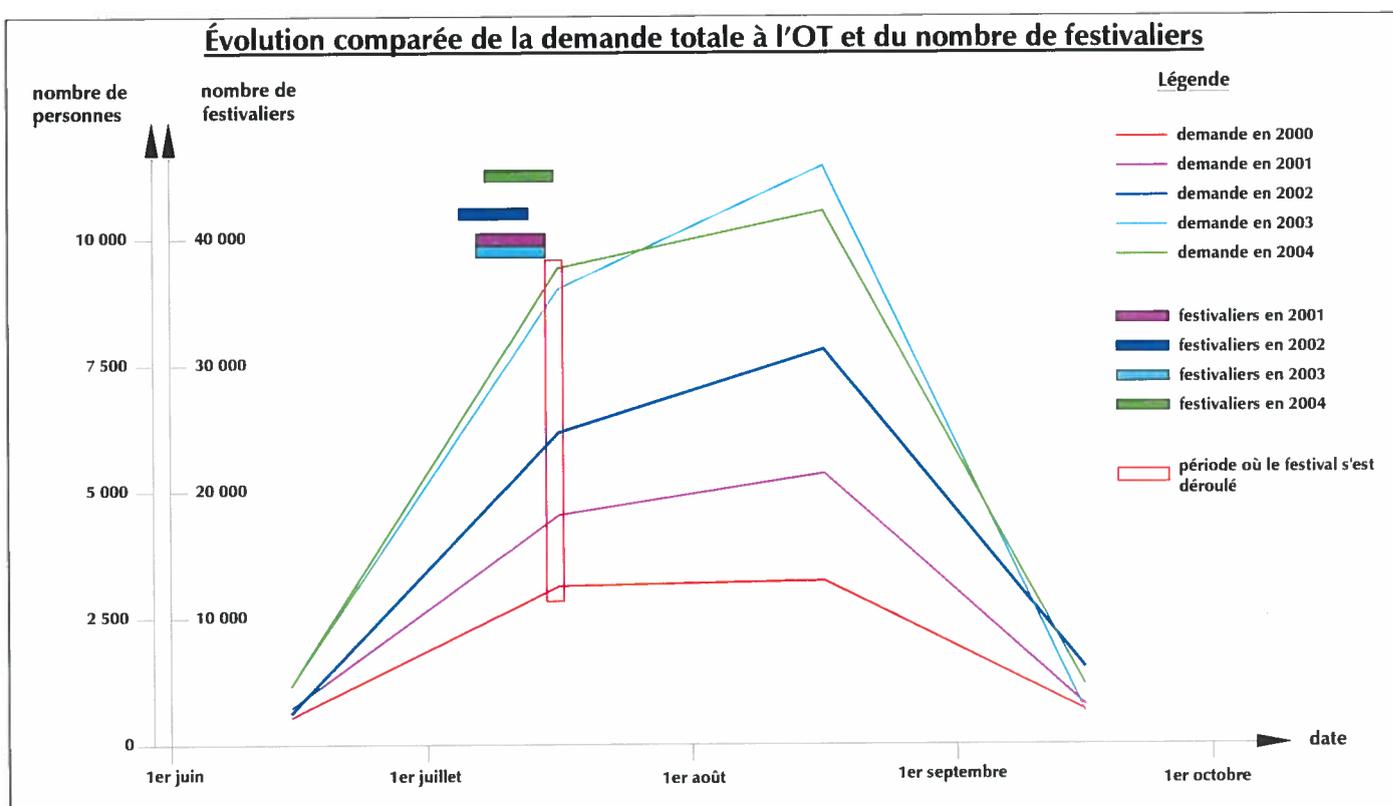
La fréquentation de l'office de tourisme est en forte hausse depuis 2000. Elle atteint 45 % par an en moyenne pour les mois de juillet et août. On notera cependant que la fréquentation de l'OT s'est stabilisée en 2004.

3.4.3. Etude des données

3.4.3.1. Comparaison de l'évolution des données

Cf. graphique suivant : pour des questions de lisibilité, les demandes n'ont pas été représentées sous forme d'histogramme, mais de courbes. Les points sont placés au milieu du mois qu'ils représentent.

Tout d'abord, on remarque que le nombre de demandes est toujours maximum en août, alors que le festival se déroule en juillet. Pourtant, on remarque que l'évolution de la fréquentation de l'OT en juillet et du nombre de festivaliers à Kann Al Loar vont dans le même sens. En effet, elles sont en hausse depuis 2001. On notera cependant que, en raison de la canicule, le nombre de festivaliers a diminué en 2003, car le port de Landerneau est en plein soleil, alors que l'OT a connu une excellente saison grâce à cette même canicule.



3.4.3.2. Conclusion

Bien que l'évolution du nombre de festivaliers et celle de la fréquentation de l'OT semblent liées, il est difficile de savoir quel élément joue sur l'autre. En effet, l'évolution de la fréquentation de l'OT constatée en juillet est similaire à celle d'août. Il est possible, qu'ici, ce soit plutôt la fréquentation touristique du pays de Landerneau-Daoulas qui influe sur la fréquentation du festival du Bout du Monde, ou du moins qu'il y ait une interaction.

Si on admet l'existence d'un lien linéaire calculé à partir des années 2001, 2002 et 2004, il sera :

$$F(x) = 8,0x - 4,2$$

Avec : $F(x)$, la hausse de la fréquentation de l'OT (en %)

x , la hausse du nombre de festivaliers (en %)

Il faudrait pouvoir vérifier cette formule sur d'autres années, l'année 2003 n'étant pas exploitable.

4. Conclusion

Les festivals connaissent un essor important depuis quelques années. En effet, ils permettent de satisfaire la demande touristique nouvelle, à savoir, passer des vacances mêlant détente et loisirs instructifs choisis personnellement plus qu'en fonction des propositions. D'autre part, les festivals permettraient d'attirer de nouveaux touristes qui pourront ensuite découvrir ce territoire. Ils seraient donc un moteur, un initiateur ou accélérateur du développement touristique.

Les études de cas ont montré que le lien entre l'attractivité d'un festival et l'évolution touristique (ici, la fréquentation des offices de tourisme) n'est pas évident. Mais, à l'inverse, le lien entre l'attractivité d'un festival et le nombre de demandes concernant les événements et manifestations est réel. L'impact d'un festival sur le développement touristique dépend donc de l'importance de cette manifestation par rapport à l'attrait touristique général du territoire (paysages, monuments...). On notera cependant que le festival peut permettre d'assurer une fréquentation touristique stable durant son déroulement, limitant ainsi l'impact des éléments extérieurs tels que les conditions météorologiques.

5. Problèmes rencontrés et amélioration de la méthode d'étude

Tout d'abord, concernant la fréquentation des festivals, il n'y a pas de problème, les données sont facilement disponibles aux bureaux des festivals, et parfois également aux comités départementaux ou régionaux du tourisme.

Par contre, pour la fréquentation touristique, il est difficile d'obtenir les données concernant les offices de tourisme. Plusieurs raisons expliquent cela.

L'étude de l'évolution touristique à travers les offices de tourisme semble assez récente, bien souvent avant 2002-2003, les OT ne disposaient que de la fréquentation (ou demande) mensuelle ou saisonnière, sans plus de détails sur les renseignements pris par les touristes. De plus, c'est plutôt l'origine des touristes qui intéressent les OT. Cependant, il semble que l'on assiste actuellement à une harmonisation des bases de données des OT à la demande des observatoires départementaux ou régionaux, comme dans le Morbihan.

Même si des données existent, le changement du personnel travaillant à l'OT est un obstacle majeur puisque, avant, les données étaient conservées sur support papier. On m'a indiqué, à l'OT de Lassay-lès-Châteaux, que les données, non informatisées, avaient été archivées sans que les nouveaux responsables sachent où !

De plus, à la vue des conclusions de l'étude de cas, il serait donc préférable de choisir un autre indicateur pour la fréquentation touristique. Le nombre de nuitées ou le taux de remplissage des hôtels ou campings pourrait convenir, d'autant plus que tous les observatoires étudient ces données. Mais pour cela il faudrait contacter directement quelques hébergements de la zone d'étude car les observatoires ont une clause de confidentialité des données. Ceci semble donc difficile dans le cadre d'un simple mémoire de recherche type DEA en raison du temps que cela prendrait, cela devrait plutôt faire l'objet d'une thèse.

6. Annexes

Annexe 1 : données utiles à l'évaluation d'un festival

données types	mesures spécifiques	méthodes
présence		
présence totale présence au « off »	nombre total de clients nombre de visites taux de rotation présence maximale	vente de billets comptage des visiteurs comptage des véhicules estimation de la foule enquêtes
profil des visiteurs		
profil de chaque visiteur	age sexe type d'emploi niveau d'éducation niveau des revenus	enquêtes observations directes
type de groupe	famille seule famille et amis seul groupe organisé groupe organisé et amis, famille	
taille du groupe	nombre de personnes voyageant ensembles	
caractéristiques du séjour		
adresse	pays, région, ville	enquêtes
origine du séjour	lieu arrêt durant le séjour équipements utilisés	
type de séjour	nombre de nuitées voyage organisé utilisé	
mode de transport	type de véhicule	observations
informations		
sources d'information	média bouche-à-oreille	enquêtes
raisons du séjour	pour le lieu pour le festival importance du festival dans le choix première visite ou non ?	
bénéfice recherché	expériences, activités, services voulus	
satisfaction	satisfait / pas satisfait suggestions désir de revenir	

activités et dépenses		
activités au festival et à l'extérieur	présence aux évènements, sur le site activités avec la population locale	enquêtes comptage des visiteurs vente des billets observation
dépenses	pendant le séjour : logement nourriture loisirs souvenirs autres achats transports	
impact économique		
augmentation des dépenses pendant le festival	nombre de visiteurs x dépense moyenne	enquêtes (visiteurs, logements) comptage des visiteurs
impact macroéconomique	augmentation des revenus et effets induits	multiplicateur des revenus
profits et revenus supplémentaires	revenu hors coût	comptabilité financière
emploi créé	temps plein - partiel direct - indirect total emploi/année	multiplicateur d'emploi
autres impacts		
écologique	protection pollution perte d'habitat naturel	observation étude environnementale
social et culturel	attitudes des résidents perte d'héritage préservation – altération des traditions gain – perte d'équipements comportement du public modifications esthétiques	enquêtes (résidents) rencontre avec le public données policières
évaluation coût – bénéfice		
coûts tangibles	Ratio coûts / bénéfices	
bénéfices tangibles		
intangibles	évaluation qualitative	

source : Donald Getz

Annexe 2 : Malestroit

Dates des semaines du samedi au samedi

	2001	2002	2003	2004
	du samedi au samedi	du samedi au samedi	samedi à samedi	samedi à samedi
1	1 ^{er} au 7 juillet	30 juin au 6 juillet	29 juin au 5 juillet	27 juin au 3 juillet
2	7 au 14 juillet	6 au 13 juillet	5 au 12 juillet	3 au 10 juillet
3	14 au 21 juillet	13 au 20 juillet	12 au 19 juillet	10 au 17 juillet
4	21 au 28 juillet	20 au 27 juillet	19 au 26 juillet	17 au 24 juillet
5	28 juillet au 4 août	27 juillet au 3 août	26 juillet au 2 août	24 au 31 juillet
6	4 au 11 août	3 au 10 août	2 au 9 août	31 juillet au 7 août
7	11 au 18 août	10 au 17 août	9 au 16 août	7 au 14 août
8	18 au 25 août	17 au 24 août	16 au 23 août	14 au 21 août
9	25 août au 1 ^{er} sept.	24 au 31 août	23 au 30 août	21 au 28 août

Hypothèse d'un lien linéaire entre la variation du nombre de festivaliers et celle des demandes concernant les fêtes, spectacles et expositions :

$$F(x) = ax + b$$

$$\text{Or : } 90 = 98a + b \text{ et } 40 = 53a + b$$

$$\text{Donc } a = 0,9 \text{ et } b = 1,8$$

Annexe 3 : la légende de Pougne-Hérisson

« Avant-propos :

Alors que Pougne-Hérisson, comme beaucoup de communes rurales, était condamnée à se dévitaliser et à dépérir à petit feu, on, découvre, stupéfait, que ce village, curieusement nommé, est le ventre et la source des histoires du monde.

Après dix années de divagation rigoureuses, de découvertes cocasses, d'études minutieuses, d'extravagantes rencontres et de réjouissants pèlerinages, il est temps de faire l'état des lieux du nombril.

Témoignage de patientes et méticuleuses recherches et humble introduction à cette science déconcertante qu'est l'ombilicologie, ce livre ambitionne de dévoiler au monde ce que le nombril à dans le ventre.

Votre œil avisé remarquera peut-être, de-ci, ce-là, quelques zones d'ombre persistantes, quelques flous artistiques dans cette démonstration. Il convient d'admettre que tout n'est pas encore élucidé. Mais il faudra compter sur votre opiniâtreté et notre imagination pour éclaircir les derniers secrets de la légende de Pougne-Hérisson et de démontrer le rôle primordial du nombril du monde.

Première partie : La légende ancienne

- Des origines à la guerre de Cent Ans -

La légende dit qu'au commencement est le verbe. Puis le verbe se fait émotion. Alors, il devient feu, le feu des origines, le feu brûlant des histoires du monde.

Lors du Big bang mythologique, dans une immense gerbe de feu se disperse aux quatre coins de notre terre répandant le pollen d'histoire et de mythes.

Les histoires prennent les couleurs, les odeurs et les habits des terres et des peuples lointains. Ce sont des chemins de vie traversant les siècles et les civilisations, insensibles aux avatars du monde. Mais comme les anguilles vont, selon un antique savoir, se reproduire à la mer des Sargasses, les histoires reviennent se régénérer à la source des émotions, à Pougne-Hérisson, là où tout recommence, où tout se raconte à nouveau...

Un fois refroidi, le feu se fait pierre de granit, minéral de conte où la parole repose. Le rayonnement de ce minéral irradie les plus lointaines galaxies envieuses de ce trésor. Les géants viennent des étoiles puiser les précieux éclats de granit et emplir leur vide intersidéral d'histoires éternelles.

Les géants ont longtemps eu deux sites de prédilection : l'Égypte et Pougne-Hérisson. En Égypte, il reste les pyramides et le Sphinx et à Pougne-Hérisson, des chaos de granit comme une œuvre à peine ébauchée. Si l'on observe avec attention les blocs de granit sur le sol de Pougne-Hérisson, on peut distinguer des pyramides inachevées et les vestiges de ce qui est probablement un camp d'entraînement de géants laissé à l'abandon.

La légende assure que sous l'énorme bloc de granit, là où le feu des histoires primordiales bouillonne encore, vit un géant gardien des histoires. A l'instar du Sphinx, c'est lui qui laisse apparaître la vérité aux yeux des hommes qui cherchent la beauté des histoires.

Les premiers hommes reliés aux forces de vie continuent à préserver les pierres à histoires, cette richesse que l'on vient chercher de toute la terre. Des témoignages évoquent des japonais remontant l'Arcis jusqu'à Pougne-Hérisson.

Tout porte à croire que les chrons de Carnac, en Bretagne, ou de Stonehenge, en Angleterre, proviennent de la mine de Pougne-Hérisson et qu'ils sont une formidable bibliothèque de contes. Cette hypothèse est corroborée par le foisonnement de légendes celtes autour du granit en Gâtine. Comme par hasard, l'église catholique a, par la suite, annexé nombre de ces lieux légendaires pour en faire de lieux de dévotion (comme Pitié et son Pas-de-la-Vierge).

Au début du Moyen Age, Pougne-Hérisson est un village bruisant de rires et de vie. On y croise, rue Trousse-Peneille et rue de la Mongie, les moines bénédictins du prieuré St-Jean. On entend les hommes d'armes et les marchands festoyer dans l'auberge St-Georges. On devine les gabelous veillant au péage des merveilles. Pourtant, ce n'est pas un village comme les autres. En effet, au pied du château, trouvères et troubadours, venant de toute l'Europe, se recueillent à la source des histoires.

Ils descendent, joyeux, à la mine d'histories chercher le précieux minerai et tendent l'oreille pour entendre les mots de la bouche d'ombre (c'est comme ça qu'on appelle le géant). C'est ainsi qu'ils font leurs provisions d'histories pour leurs longues et périlleuses tournées à travers landes et forêts infestées de loups et de brigands sanguinaires.

Mais le destin cruel s'abat sur le pays : la guerre de Cent Ans et son cortège de cruautés et de souffrances. Durant un siècle, tout n'est que frénésie, bruits de batailles, et de fureurs.

Le funeste anglais fait le siège du château de Pougne-Hérisson détruisant plusieurs chapelles. Mal lui en prit, la riposte du vaillant soldat gâtinais est terrible et on raconte que, dans une tranchée, sont enterrés vifs quelques centaines de cavaliers anglais, chevauchant leur monture.

Pourquoi les Anglais s'attaquent-ils ainsi à cette petite bourgade, simple étape sur la route du sel. Tout porte à croire que l'Anglais connaît la portée de ce lieu et que lors du siège, il accède à la mine suffisamment longtemps pour s'en nourrir abondamment. Il est tout à fait saisissant de constater qu'à partir de cette date, l'imaginaire anglais ne fit que croître et prendre des proportions stupéfiantes pour un peuple aussi rustique. Durant cette période sombre et funeste, les hommes à la guerre ne descendent plus à la mine. Dès lors, les histoires ne circulent plus et la mine souffrante se tarit inexorablement.

Lorsque la guerre cesse, la mine est obstruée, recouverte par le lierre et les ronces. Le peuple joyeux et plein d'entrain a fait place au Gâtinais laborieux, au Gâtinais peineux, au Gâtinais miséreux.

Deuxième partie : La légende moderne - l'héritage de John Barney Fergusson -

Il fallut attendre le 6 juin 1944 qu'un dénommé John Barney Fergusson, Américain natif du Colorado parachuté par erreur sur Pougne-Hérisson, tombe dans la mine abandonnée et la redécouvre...

Lors de sa chute, JBH se fait une entorse et reste caché dans la mine où il est ravitaillé par les villageois. Or durant cette période agitée, JBF, isolé dans l'ancre de la mine, fait une découverte extraordinaire va bouleverser sa vie.

Curieusement, à la libération, cet homme discret, qui apprend le français et le parlanghe en quelques mois prend pension au bar « Chez François ». C'est là qu'il rencontre celui qui deviendra son ami et son collaborateur, Robert Jarry, le forgeron du village

Ensemble, durant plusieurs années, ils vont étudier minutieusement le rôle de Pougne-Hérisson dans le monde. Au début des années 50, JBF entreprend de long voyages afin d'observer les incidences du phénomène sur les autres continents. Pendant des années, il ramène des traces, accumule des preuves et rédige sa fameuse thèse : « The Nombriil. Why ? How ? » (le Nombriil. Pourquoi ? Comment ?) mettant en lumière le rôle prépondérant de Pougne-Hérisson en révélant sa vocation de Nombriil du monde.

Malheureusement, cette œuvre fondamentale disparaît en même temps que son auteur lors du mystérieux incendie de la grande bibliothèque de Pougne-Hérisson, le 30 juillet 1958.

Dès lors, Robert Jarry, ce Gâtinais bougon, fantasque et obstiné, décide de poursuivre l'œuvre de son défunt compagnon de recherche et de réaliser cet objectif insensé : faire revenir à Pougne-Hérisson les histoires parties du Nombriil du Monde à l'origine. Il espère que les histoires par leur présence sauront réactiver la mine d'histoires et lui redonner son ardeur originelle, sa prospérité d'antan.

Il travaille sans relâche, rédigeant des cahiers, effectuant des relevés topographiques, confectionnant des maquettes et dessinant des centaines de croquis pour fabriquer une machine destinée à accueillir les histoires pèlerines.

Il imagine et réalise, dans son jardin, une machinerie « paléofuturiste » comme un capteur, une zone humide pour les histoires en migration, un jardin-machine à collecter l'essence (les sens), le suc des histoires, une sorte de foyer d'accueil pour mythes fatigués.

Le plus grand regret de Robert Jarry aura sans doute été l'échec de cette machine qui de son vivant n'a jamais fonctionné.

Il apparaît clairement aujourd'hui que le bonhomme avait sous-estimé l'énergie nécessaire à la mise en route de son réacteur à histoires. Il croyait que cette machine pourrait fonctionner d'elle-même. Or il fallait à son invention une impulsion : il fallait la gaver d'histoires et de contes pour réamorcer la pompe. Malheureusement, à l'époque, il ne passait plus suffisamment d'histoires dans le ciel de Gâtine.

Depuis une dizaine d'années, par la présence de conteurs, de raconteurs, d'artistes en tout genre, par l'organisation du festival du Sacré Nombriil, les histoires revivent à Pougne-Hérisson et il semble qu'aujourd'hui cette machine fantastique soit sur le point de fonctionner. Au fond de la mine souffreteuse, la source de histoires qui coulait comme un mince filet de voix est entrain de s'enfler. Si la fée de la Gâtine nous préserve de ce dramatique mal qui frappe frénétiquement les humains au nombriil : l'enflesse du nambouré, Pougne-Hérisson devrait recouvrer toute son activité de source et de carrefour des histoires et par là-même son rôle de nombriil du Monde.

Bibliographie et coordonnées utiles

Bibliographie

- Claude ORIGET DU CLUZEAU, Le tourisme culturel, PUF, collection Que sais-je ?, 1998, Paris.
- Pascal CUVELIER, Emmanuel TORRES et Jean GODRET, Patrimoine, Modèles de tourisme et développement local, éditions l'Harmattan, collection dossiers sciences humaines et sociales, 1994, Paris.
- Marc CHESNEL, Le tourisme culturel de type urbain : aménagement et stratégies de mise en valeur, éditions l'Harmattan, collection Villes et Entreprises, 2001, Paris.
- Donald GETZ, Festivals, specials events, and tourism, éditions Van Nostrand Reinhold, 1991, USA.
- Luc BENITO, Les festivals en France, Marchés, enjeux et alchimie, éditions l'Harmattan, collection Gestion de la culture, 2001, Paris, 196 pages.

Organismes contactés

Contexte régional

Comité Régional du Tourisme du Poitou-Charentes
Tél. : 05 49 50 10 50
www.poitou-charentes-vacances.com

Observatoire Régional du Tourisme de Bretagne
Tél. : 02 99 38 84 94
<http://perso.wanadoo/o.r.t.bretagne/>

Malestroit

Fabien
Association AUX ARTS ETC
16 rue du Bois Pivet
56 140 Malestroit
Tél. 02 97 73 76 91
www.aupontdurock.com

Marthe Le Ny-Brunel
Office de Tourisme du Pays de Malestroit
17 place du Bouffay
56 140 Malestroit
Tél. : 02 97 75 14 57
www.malestro.it.com

Lorient

Brigitte Vadier Metra
Bénédicte Pernes Leman
Comité Départemental du Tourisme du Morbihan
Allée Nicolas Leblanc
BP 408
56 010 Vannes
Tél. : 02 97 57 06 56
www.morbihan.com

Festival Interceltique de Lorient
2 rue Paul Bert
56 100 Lorient
Tél. : 02 97 21 24 29
www.festival-interceltique.com

Office de Tourisme du Pays de Lorient
Quai de Rohan
56 100 Lorient
Tél. : 02 97 21 07 84
www.lorient-tourisme.com

Parthenay

Marina Piet
Office de Tourisme de Parthenay
rue de la Vau S^t Jacques
39 200 Parthenay
Tél. : 05 49 64 24 24
www.cc-parthenay.fr

Festival du Nombriil du Monde
79 130 Pougne-Hérisson
Tél. : 05 49 64 19 19
www.nombriil.com

Comité Départemental du Tourisme des
Deux-Sèvres
15 rue de Thiers
79 000 Niort
Tél. : 05 49 77 87 79
www.tourisme-deux-sevres.com

Landerneau

Office de Tourisme du Pays de Landerneau-
Daoulas
Pont de Rohan
29 800 Landerneau
Tél. : 02 98 85 13 09
www.tourisme-landerneau-daoulas.fr

Festival Kann Al Loar
14 rue du chanoine Kerbrat
29 800 Landerneau
Tél. : 02 98 30 30 45
<http://kann.al.loar.free.fr/>